



Kapadokya Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü
Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı

**SAĞLIK KURUMU YÖNETİCİLERİNİN
DİJİTAL OKURYAZARLIK BECERİLERİ İLE
ÖRGÜTSEL İNOVASYON PERFORMANSI ARASINDAKİ
İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

Servet ŞEKER

Yüksek Lisans Tezi

Nevşehir, 2024

SAĞLIK KURUMU YÖNETİCİLERİNİN
DİJİTAL OKURYAZARLIK BECERİLERİ İLE
ÖRGÜTSEL İNOVASYON PERFORMANSI ARASINDAKİ
İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Servet ŞEKER

Kapadokya Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü
Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Nevşehir, 2024

TEŞEKKÜR

Tez konusunun belirlenmesinden savunma aşamasına kadar göstermiş olduğu ilgi ve desteklerinden dolayı Danışman Hocam Dr. Öğr. Üyesi Gözde SUNMAN'a çok teşekkür ederim.

Çukurova Üniversitesi Ceyhan Meslek Yüksekokulu Müdür Yardımcısı ve İnşaat Bölüm Başkanı Öğr. Gör. Dr. Ali GÖKOĞLU'na önemli katkılarından, yardımlarından dolayı çok teşekkür ederim.

Servet ŞEKER

Nevşehir, 2024

ÖZET

ŞEKER, Servet. *Sağlık Kurumu Yönetilerinin Dijital Okuryazarlık Becerileri İle Örgütsel Inovasyon Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir, 2024.

Sanayi devrimiyle başlayan makineleşme ve teknoloji yarışı, günümüzde dijital sistemlere evrilmiştir. Dijital sistemlerin artan önemi nedeniyle dijital okuryazarlık düzeyini yüksek tutmak her sektörde gereklilik haline gelmektedir. Sağlıkta dönüşüm programı kapsamında hastanelerin entegrasyonu ve bilişim sistemlerinin yaygın kullanılmasıyla, ülkemizde sağlık kurumlarının tamamı dijital sisteme geçiş yapmıştır. Sağlık kurumlarının, güncel yaklaşımlarla, kaliteli hizmetlerini sürdürebilmeleri için, sağlık kurumu yöneticilerinin, dijital okuryazarlık düzeylerini yüksek tutmaları gerekmektedir. Bu araştırmanın amacı sağlık kurumu yöneticilerinin dijital okuryazarlık becerileri ile örgütsel inovasyon ve alt boyutları arasındaki ilişkiyi incelemektir. Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Veriler Adana İli sınırları içerisinde faaliyet gösteren büyük çoğunluğu kamu hastanelerinde çalışanlardan oluşan 191 sağlık yöneticisinden elde edilmiştir. Verilerin analiz edilmesinde IBM SPSS Statistics 27 programı kullanılmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre dijital okuryazarlık ile örgütsel inovasyon arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Dijital okuryazarlık ile örgütsel inovasyonun alt boyutları arasındaki ilişki incelendiğinde; dijital okuryazarlık ile örgütsel ürün inovasyonu, örgütsel pazarlama inovasyonu, örgütsel süreç inovasyonu ve örgütsel davranış inovasyonu arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunduğu; dijital okuryazarlık ile alt boyut olan örgütsel stratejik inovasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital sistemler, dijital okuryazarlık, örgütsel inovasyon, sağlık kurumu yöneticileri.

ABSTRACT

ŞEKER, Servet. *Examining the Relationship Between Digital Literacy Skills and Organizational Innovation Performance of Healthcare Institution Managers*, Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir, 2024.

The mechanization and technology race that started with the industrial revolution has evolved into digital systems today. Due to the increasing importance of digital systems, keeping the level of digital literacy high has become a necessity in every sector. With the integration of hospitals and widespread use of information systems within the scope of the health transformation program, all healthcare institutions in our country have transitioned to the digital system. In order for healthcare institutions to maintain their quality services with up-to-date approaches, healthcare institution managers need to keep their digital literacy levels high. The aim of this research is to examine the relationship between the digital literacy skills of healthcare institution managers and organizational innovation and its sub-dimensions. The relational screening model, which is a quantitative research method, was used in the research. The data were obtained from 191 healthcare managers, the majority of whom work in public hospitals operating within the borders of Adana Province. IBM SPSS Statistics 27 program was used to analyze the data. According to the findings obtained from the research, it was determined that there is a positive and significant relationship between digital literacy and organizational innovation. When the relationship between digital literacy and the sub-dimensions of organizational innovation was examined; It was found that there is a positive and significant relationship between digital literacy and organizational product innovation, organizational marketing innovation, organizational process innovation and organizational behavior innovation; there is no significant relationship between digital literacy and the sub-dimension organizational strategic innovation.

Keywords: Digital systems, digital literacy, organizational innovation, healthcare institution managers.

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	i
YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI	ii
ETİK BEYAN	iii
TEŞEKKÜR	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	vii
KISALTMALAR DİZİNİ	x
ŞEKİLLER DİZİNİ	xi
TABLolar DİZİNİ	xii
 GİRİŞ	 1
1. BÖLÜM: SAĞLIĞIN TANIMI	3
1.1. SAĞLIĞIN TANIMI	3
1.1.1. Anadolu Tıp Tarihi	4
1.1.2. Kurum, Sağlık Kurumları	5
1.1.3. Türkiye’de Sağlık Sistemi	6
1.2. AKIL ZEKA STRATEJİ	7
1.3. ÖĞRENME	8
1.3.1. Yaşam Boyu Öğrenme	8
1.3.1.1. Yaşam Boyu Öğrenmenin Bileşenleri	10
1.4. OKURYAZARLIK KAVRAMI	11
1.4.1. Okumaz Yazmazlık	12
1.4.2. Okuryazarlık Türleri	12
1.4.2.1. Bilgi Okuryazarlığı	12
1.4.2.1.1. Bilgi Okuryazarlığının Önemi	13
1.4.2.1.2. Bilgi Okuryazarlığı Modelleri	14
 2. BÖLÜM: DİJİTAL OKURYAZARLIK	 16
2.1. DİJİTAL OKURYAZARLIK	16
2.1.1. Dijital Okuryazarlığın Bileşenleri	18
2.1.2. Dijital Okuryazarlık Paydaşları	20
2.1.3. Dijital Okuryazarlık ve Yenileşim İlişkisi	20
2.2. İNOVASYON KAVRAMI	21

2.2.1. İnovasyon Çeşitleri.....	22
2.2.2.1. Yapıldığı Alana ve Konusuna Göre İnovasyon Türleri.....	23
2.2.2.2. Yapılış Şekline Göre İnovasyon Türleri.....	23
2.3. ÖRGÜT.....	25
2.3.1. Örgüt Kavramı.....	25
2.3.2. Örgütsel İnovasyonun Önemi.....	25
2.3.3. Örgütlerde İnovasyon Kültürü	26
2.4. İNOVASYON (YENİLEŞİM) VE SAĞLIK KURUMLARI	26
3. BÖLÜM: MATERYAL VE METOD	29
3.1. MATERYAL VE METOD	29
3.1.1. Hipotezler	29
3.1.2. Araştırma Evreni ve Örneklem.....	29
3.1.3. Veri Toplama Araçları.....	29
3.1.4. Verilerin Analizleri	30
4. BÖLÜM: BULGULAR VE TARTIŞMA	31
4.1. FREKANS ANALİZİ	31
4.1.1. Demografik Yapı	31
4.2. FAKTÖR ANALİZİ.....	36
4.2.1. Dijital Okuryazarlık Değişkenleri İçin Faktör Analizi.....	36
4.2.2. Örgütsel İnovasyon Değişkenleri İçin Faktör Analizi.....	38
4.3. NORMAL DAĞILIM ANALİZİ	41
4.3.1. Dijital Okuryazarlık - Örgütsel İnovasyon Anketi İçin Normal Dağılım Testi (Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk testleri).....	41
4.4. GÜVENİRLİK ANALİZİ	43
4.4.1. Dijital Okuryazarlık Anketi İçin Güvenirlilik Analizi.....	43
4.4.2. Örgütsel İnovasyon Anketi İçin Güvenirlilik Analizi	45
4.5. KORELASYON	47
SONUÇLAR VE ÖNERİLER	49
KAYNAKÇA.....	52
EK 1. Anket	59
EK 2. Bilimsel Araştırma Talebi - İzin	65
EK 3. Tez / Sanat Çalışması Orijinallik Raporu	66

EK 4. Tez / Sanat Çalışması Etik Kurul İzin Formu.....	67
---	-----------

KISALTMALAR DİZİNİ

BM	Birleşmiş Milletler
ASM	Aile Sağlığı Merkezleri
BTK	Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu
DijitalOY	Dijital Okuryazarlık
DSİ	Devlet Su İşleri
DSÖ	Dünya Sağlık Örgütü
F	F Testi
LLP	Hayat Boyu Öğrenme Programı
ÖrgütselÜRİNV	Örgütsel Ürün İnovasyonu
ÖrgütselPZRİNV	Örgütsel Pazar İnovasyonu
ÖrgütselSRÇİNV	Örgütsel Süreç İnovasyonu
ÖrgütselDVRİNV	Örgütsel Davranış İnovasyonu
ÖrgütselSTRJİNV	Örgütsel Strateji İnovasyonu
p	Anlamlılık
r	Korelasyon Katsayısı
SDP	Sağlıkta Dönüşüm Programı
TDK	Türk Dil Kurumu
α	Cronbach's Alfa Katsayısı

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. İnovasyon Süreci	22
Şekil 2. Cinsiyet yüzde dağılım grafiği.....	32
Şekil 3. Medeni hal yüzde dağılım grafiği.....	32
Şekil 4. Yaş yüzde dağılım grafiği	33
Şekil 5. Öğrenim durumu yüzde dağılımı grafiği	33
Şekil 6. Mezun olunan bölüm yüzde dağılım grafiği.....	34
Şekil 7. Çalışma yılı yüzde dağılım grafiği	34
Şekil 8. Mesleki tecrübe yüzde dağılım grafiği	35
Şekil 9. Pozisyon yüzde dağılım grafiği	35

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1. Kapalı İnovasyon Açık İnovasyon karşılaştırması	24
Tablo 2. Demografik yapı kriterlerinde ortalama (mean) - standart sapma ilişkisi.....	31
Tablo 3. Özdeğer - Toplam Varyans Oranları (Dijital Okuryazarlık Değişkenlerine Ait)	37
Tablo 4. Faktör Analizi Sonrası Rotasyona Uğramış (Dönüştürülmüş) Madde - Bileşenler Matrisi (Dijital Okuryazarlık Değişkenlerine Ait).....	38
Tablo 5. Özdeğer -Toplam Varyans Oranları (Örgütsel İnovasyon Değişkenlerine Ait)	39
Tablo 6. Faktör Analizi Sonrası Rotasyona Uğramış (Dönüştürülmüş) Madde - Bileşenler Matrisi (Örgütsel İnovasyon Değişkenlerine Ait).....	40
Tablo 7. Dijital Okuryazarlık Değişkenleri Normal Dağılım Test Sonuçları	41
Tablo 8. Örgütsel Davranış Değişkenleri Normal Dağılım Test Sonuçları	42
Tablo 9. Dijital Okuryazarlık anket sorularının istatistiksel değerlendirilmesi sonucu Cronbach's Alpha Değeri.....	43
Tablo 10. Dijital Okuryazarlık anket soruları istatistiksel değerleri.....	43
Tablo 11. Dijital Okuryazarlık açıklayıcı anket maddelerine yönelik genel soru ortalamaları	45
Tablo 12. Örgütsel İnovasyon anket sorularının istatistiksel değerlendirilmesi sonucu Cronbach's Alpha değeri.....	45
Tablo 13. Örgütsel İnovasyon anket soruları istatistiksel değerleri.....	45
Tablo 14. Örgütsel İnovasyon açıklayıcı anket maddelerine yönelik genel soru ortalamaları	47
Tablo 15. Dijital Okuryazarlık değişkenleri ile Örgütsel İnovasyon değişkenleri arasındaki korelasyon değerleri (spearman's korelasyon katsayısı).....	47

GİRİŞ

Yaşadığımız dönem bilgi çağı, teknoloji çağı, internet çağı, bilişim çağı olmak üzere birçok şekilde ifade edilmektedir. Yaşadığımız çağda bilgi, en değerli güç kaynağı olarak da kabul edilmektedir. Bilgiye erişim hızının artması, bilginin paylaşımı ve kullanımının kolaylaşması, iletişimde sınırları ortadan kaldırarak, uluslararası bütünleşme sürecini ve küreselleşmeyi artırmaktadır. Mevcut bilgiye çok kısa sürede ulaşılması, değişim ve gelişimi hızlandırmıştır. Bireylerin çağa uyum sağlayabilmesi için güncel gelişmeleri sürekli olarak takip etmesi gerekmektedir. Bu durum, yaşamlarının her evresinde ihtiyaç duydukları bilgi ve becerilerin bireylere kazandırılmasını ifade eden ‘yaşam boyu öğrenme kavramını’ ortaya çıkarmıştır (Diker vd., 2012). Günümüzde toplumların ihtiyacı olan insan kaynağı özelliklerini belirleyen bilim ve teknoloji alanındaki gelişmeler ve bu gelişmelerin etkisiyle artan küreselleşme, bireylerin yaşam boyu öğrenme yetilerine sahip olmasını gerektirmektedir (Soran vd.2006). Yaşam boyu öğrenme, sanayi ve toplumun ihtiyaçlarını karşılamada yetersiz olduğu görülen örgün eğitimin alternatifi değil, eksik veya zayıf kalan tarafların tamamlanması ve bireylerin sahip olduğu yeteneklerin ortaya çıkarılması şeklinde ifade edilmektedir (Berberoğlu, 2010). Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle birlikte artık öğrenme kavramı dijital ortamlara taşınmış ve dijital okuryazarlık kavramı önem kazanmıştır.

Gilster (1997) dijital okuryazarlık kavramının, sayısal ortamda yani bilgisayar ve internet ortamında farklı kaynaklardan erişilen verileri anlama, kullanma, değerlendirme ve karşılaşılan problemleri çözme gibi becerileri kapsadığını ifade etmektedir. Gilster'e (1997) göre yalnızca tuşlara basmaktan ibaret olmayan dijital okuryazarlık; fikirlere hâkim olmakla alakalı özel bir zihniyet olup, şu ilkelere dayanmaktadır (Onursoy, 2018): Farklı uygulamalara ve aygıtlara erişme ve bunları kullanma kabiliyeti, dijital ortamdaki içerik ve uygulamaları anlama, eleştirel bir bakış açısıyla analiz etme kabiliyeti, dijital teknolojiyi yaratıcı bir şekilde kullanabilme kabiliyetidir. Onursoy (2018) dijital okuryazarlık düzeyi yüksek olan bireyi; yeni teknolojilere adapte olabilen, problemlerin çözümünde gereksindiği dijital bilgiye faal bir şekilde erişebilen ve bunu sürdürebilen, eriştiği bilgiyi çözümleyebilen, değerlendirebilen ve buna yenilerini katabilen şeklinde ifade etmektedir. Dijital okuryazarlık kavramı inovasyon kavramı ile yakından ilişkilidir.

İnovasyon kavramı ise, literatürde ilk kez Schumpeter tarafından 1911 yılında yayımlanan ‘The Theory of Economic Development’ isimli eserde ele alınmaktadır.

Latince ‘yeni veya değişik bir şey yapma’ anlamına gelen ‘innovare’ kökünden türetilen bu kavram Türkçede ise “yeni”, “yenilik” ve “yenilikçilik” anlamlarında kullanılmaktadır (Uzkurt, 2017). Örgütsel inovasyon; kurum içinde maliyetlerin yeniden masaya yatırılması, tasarruf edilmesi, yeni teknolojiler kullanması, üretim yapması, yeni program yeni personel planları yapması, organizasyonun yapısını güncellemesi gibi kavramları içermektedir (Robbins 1996). Örgütsel inovasyon kavramının önemi her sektörde olduğu gibi sağlık sektöründe de görölmektedir. Çünkü sağlıklı olmak, yaşam için bir gereklilik ve vazgeçilmez bir haktır. Bu gereksinimin karşılanması sağlık kurumları ve personeli teknolojik, bilimsel, ekonomik, sosyal ve toplumsal değişikliklere ve gelişmelere paralel olarak kendini yenilemek durumundadır. Sağlık sektörü, sürekli değişim ve gelişimin yaşandığı bir ortamdır. Sosyodemografik özelliklerdeki ve hastalık biçimlerindeki değişiklikler, sağlık sektöründe yeni gereksinimleri ortaya çıkarmakta ve köklü değişiklikler gerektirmektedir (Bradshaw, 2001). Sağlık kurumlarında inovasyonun benimsenmesi ve önemsenmesi açısından gerek akademisyenler gerekse sahadaki sağlık profesyonelleri tarafından gerçekleştirilen birçok çalışma, tez, proje, başarılı uygulama örnekleri bulmak mümkündür. Ne var ki; sağlık hizmetlerinin, neyi yapmanın etkili ve gerekli olduğunu belirlemeyi güçleştiren karmaşık yapısı inovasyon yapmayı da güçleştirmektedir. Sağlık kurumlarında inovasyonun, diğer sektörlere göre daha zor uygulanan ve daha geç fark edilen bir olgu olduğu değerlendirilebilir (Aksay ve Orhan, 2013). Günümüzde tıbbi uygulamalar çeşitlenmekte, tanı-tedavi yöntemlerinde teknolojik gelişmelerin ağırlığı artmaktadır. Sağlık kurumlarında dijital sistemlerin kullanımı giderek yaygınlaşmaktadır. Bireylerin sağlık bilgilerine bir tık ile ulaşılabilmekte, reçeteler ve raporlar online yazılıp imzalanmaktadır. Sağlık profesyonelleri yeni teknoloji ve uygulamaları her an takip etmek ve öğrenmekle yükümlüdür. Yöneticiler, güncel gelişmeleri takip etmediğinde, işleyişte aksaklıklar ve gerilemeler olması kaçınılmazdır. Bu görüşlerden hareketle toplumların en temel ihtiyacı olan sağlık hizmetlerinin geliştirilmesi, insanların huzurlu ve refah içinde yaşamaları için elzemdir. Sağlık yöneticileri açısından dijital gelişmelere adapte olma sonucunda gelişen dijital okur yazarlık becerileri ve bunu uygulamalarda inovasyona dönüştürme performanslarının ortaya koyulması oldukça önem arz etmektedir. Bu bağlamda sağlık kurumu yöneticilerinin güncel teknolojik gelişmeleri takip etmelerinin yönettikleri kurumların gelişimine ve örgütsel inovasyona olan katkılarını araştırma gereksinimi duyulmuştur. Bu çalışmanın amacı sağlık kurumu yöneticilerinin dijital okuryazarlık becerileri ile örgütsel inovasyon performansı arasındaki ilişkiyi incelemektir.

1. BÖLÜM

SAĞLIĞIN TANIMI

1.1. SAĞLIĞIN TANIMI

Sağlık sözcüğünün kökü ‘sağ’ sıfatıdır ve yaşıyor olma, iyi olma, hasta olmama durumunu ifade eder. Hasta sözcüğü Farsça’dan dilimize geçmiş, yaralı-yaralanmış manasındadır. Eski dönemlerde Türkçe’de ‘Sayrı’ sözcüğü hasta, kırgın anlamında kullanılmıştır. Bu kullanıma Yunus Emre şiirinden örnek verilebilir, ‘Yunus düşte gördü seni, sayrı mısın, sağ mısın?’

Dünya Sağlık Örgütü’nün (DSÖ) 1948 yılında yaptığı tanıma göre; kişiler, beden, ruhen, sosyoekonomik yönden tamamen iyi olmalıdır. Hastalık veya sakatlığın olmaması yetmez.

2. Dünya savaşının ardından Birleşmiş Milletler (BM) ve ona bağlı olarak DSÖ kurulmuştur. Savaş sonrasında toplanan DSÖ üyeleri, Sağlığın tanımını yaparken, dünyadaki çeşitli toplumları göz önüne alarak, insanların ulaşması gereken ideal standardı belirlemişlerdir.

Hasta açısından bakıldığında, iyileşmek, sağlıklı olmak gibi basit görünse de, sağlığı tanımlamak zor ve karmaşıktır. Sağlık profesyonelleri açısından sağlık, tedavi, bakım ve rehabilitasyondan ibaret değildir. Sağlık politikalarının belirlenmesi, finansmanın sağlanması, halkın çevresel etkenlerden korunması ve aşılması, sağlık profesyonellerinin eğitimi gibi konular sağlığın bileşenleridir (Yıldırım ve Bulut, 2023).

Her ülke sağlık sistemini oluştururken dünyadaki gelişmeleri ve standartları örnek alır, ancak uygulamada ülkenin sosyoekonomik yapısı, toplumun kültürel yapısı belirleyici olur.

DSÖ’nün sağlık tanımındaki tam iyilik ifadesi, aslında ulaşılamaz bir hedeftir. Yaşlıların, kronik veya çoklu hastalıkla yaşayanların tam iyilik haline ulaşması mümkün olmadığından, önerilen sağlık standartları eleştiri konusudur.

Sağlık, insan için temel ihtiyaçlar grubudur. Hayatı sürdürmek en temel ihtiyaçtır. Bunun da ilk şartı nefes almaktır. Temel ihtiyaç; hayatın akışında doğal olarak bulunan, hayatın işleyişi için elzem nitelikte olan ve varlığı fark edilmeyen (göze batmayan) şeylerdir. Örneğin, nefes alırken farkında olmayız. Herhangi bir şeyin temel ihtiyaç mı,

lüks mü olduğunu ayırt etmek için basit bir kriter ortaya koyabiliriz. ‘Temel ihtiyaç’ın yokluğu fark edilir, ‘Lüks’ün varlığı...

Son yıllarda hızla gelişen tıp teknolojileri ve ilaç sektörü, kullanım alanlarını çeşitlendirmiştir. Robotik cerrahi girişimden, protezlere, implantlara, doku organ kök hücre nakillerine kadar pek çok uygulama giderek yaygınlaşmaktadır. Özellikle gelişmiş ülkelerde insanların sosyoekonomik düzeylerinin yükselmesiyle, çok da elzem olmayan kozmetik uygulamalara talep hızla artmaktadır. Öyle ki, dünyada kozmetik kimyasal (lüks) madde satışı, elzem (tedavi edici) ilaç (temel ihtiyaç) satışını geçmiştir.

1.1.1. Anadolu Tıp Tarihi

Türkler, Orta Asyada tedavi ihtiyaçlarını din adamı sayılabilecek kam(şaman)lardan ve otacı (emci)’lerden karşılamıştır. Uygurlar devrine ait yazılı kaynaklarda çeşitli hastalıklara ve tedavilerine rastlanmaktadır. Karahanlı, Gazneli ve Büyük Selçuklu devletleri döneminde ise tıbbaya verilen önem artmıştır. Sağlık hizmeti ve eğitimi veren medreseler ve şifahaneler kurulmuştur.

Büyük Selçuklu Devletinde, Sarayda hekimlerin bulunduğu, orduyla beraber gezen seyyar hastanenin olduğu bilinmektedir. Tıp eğitimi ve hizmeti usta-çırak ilişkisiyle medreselerde, Bîmâristan, Dârûş’şifâ Kervansaray gibi tesislerde sürdürülmüştür. Selçuklular zamanında ilk hastane Nişabur’da inşa edilmiştir. Sultan Alp Arslan ve Melikşah döneminde Vezirlik yapan Nizâmü’l-Mülk tarafından, bir kısmında tıp eğitimi verilen Nizamiye medreseleri kurulmuştur.

Bu dönemde vakıf niteliğinde sağlık kurumları yaygınlaşmıştır. Vakıf niteliğindeki sağlık kurumlarına saygı gösterilmiş, Selçuklu’dan beyliklere daha sonra Osmanlı idaresine geçen yerlerdeki şifahanelerin işleyişi devam ettirilmiştir. Anadolu Selçukluları döneminde 1206 yılında Kayseri’de kurulan Gevher Nesîbe Hatun Dârüşşifâsı günümüze ulaşmış en eski hastane ve aynı zamanda dünyanın en eski tıp fakültesi sayılmaktadır.

Hekimler medreselerde darüşşifalarda sıkı eğitimle yetiştirilirdi. Eğitimlerini tamamlayan hekimler, yeterlilik sınavına tabi tutulur, aldıkları icazetname ile kabiliyetlerine göre orduda, darüşşifalarda ve sarayda görev yapabilirlerdi. Kendi açtıkları muayenehanelerde de gezici tabip olarak serbest şekilde çalışabilirlerdi.

Osmanlı Devleti'nin başkenti olan İstanbul, sağlık teşkilatlanmasının da merkeziydi. Sarayda bulunan Hekimbaşı, devlet erkanının tedavisini yapma ve sarayda görev yapacak hekimleri belirlemenin yanı sıra, ülke genelindeki sağlık sisteminin de sorumlusuydu. Bugünkü sağlık bakanı niteliğinde, Hekimleri imtihan ve tayin etme, muayenehanelere izin verme yetkisi vardı. Mekteb-i Tıbbiye-i Şahane'nin de nazırlığını yapmaktaydı.

Osmanlı Devleti'nde modern nitelikte ilk Tıp Fakültesi Tıbhâne-i Âmire adıyla padişah 2. Mahmut tarafından, 14 mart 1827 tarihinde açıldı. Sultan 2. Mahmut 14 Mayıs 1839'da okulu ziyaret etmiş ve bu tarihten sonra Mekteb-i Tıbbiye-i Adliye-i Şahane olarak anılmıştır.

Osmanlı Devleti'nde resmen hastane adıyla kurulan ilk kurum, 24 Mart 1845 tarihinde İstanbul Fatih ilçesi Yenibağçe çayırında kurulan Bezmiâlem Valide Sultan Vakıf Gureba Hastanesidir. O tarihten sonra şehrin değişik semtlerinde genel hastanelerin yanı sıra, ihtisas hastaneleri de açılmıştır. Zührevi hastalıklara, kuduz vakalarına, kadınlara ve çocuklara bakan ihtisas hastanelerine örnek olarak 1862 yılında faaliyete geçen Zeynep Kamil Hastanesi, Darülaceze ve ilk çocuk hastanesi olan Etfal Hastanesi gösterilebilir.

1.1.2. Kurum, Sağlık Kurumları

Kurum: toplumlar veya devletler tarafından, sosyoekonomik ihtiyaçların ve toplumsal sorunların giderilmesi amacıyla kurulan, hedef ve menfaat birliği içerisindeki bireylerden oluşan, müesseseler-teşkilatlardır. Kurumlar; örgütlü, eş güdümlü ve birbirine bağlı parçalardan müteşekkil karmaşık yapılardır. Resmi veya gayri resmi kurallarla işleyişini sürdürürken hem iç hem de dış dinamiklerden etkilenecek değişime uğrarlar (Öztürk, 2024).

Kurumlar, kabul görmüş kurallarla yönetildiğinde, hedeflerin-uygulamaların gerçekçiliği ve sağlamlığı, çalışanlar ve paydaşlarca içselleştirilip güven duygusu oluştuğunda 'kurumsallaşma'dan bahsedilebilir (Aydın ve Tan, 2019). Meyer ve Rowan'a göre kurumlar, hizmet veya mal üretmek için, önce ortak ruhu paylaşmalıdır. Kurumsallaşmanın; tutarlılık, şeffaflık, formalleşme, profesyonelleşme, örgüt kültürü boyutları vardır.

Türkiye’de sağlık kurumları Cumhuriyetin ilanından beri çeşitli aşamalardan geçmiştir. Hazırlanan kalkınma planları imkansızlıklar nedeniyle uygulanamamış, sağlık kurumlarındaki dağınıklığın önüne geçilememiştir. 2003 yılında hazırlanan sağlıkta dönüşüm programıyla (SDP) SSK hastaneleri ve diğer kamu hastaneleri sağlık bakanlığına devredilmiş, işleyişi ve finansmanı düzenlenmiştir. SDP sürecinde kamu hastaneleri, verimliliklerini artırmak, tıbbi hizmetler üzerine yoğunlaşabilmek için bilgi teknolojileri, güvenlik, temizlik, lojistik, yemek hizmetlerini özel firmalardan temin etme yoluna gitmişlerdir. Günümüzde 1. ve 2. basamak sağlık kuruluşları sistemin ana omurgasını oluştururken, üniversite hastaneleri ve şehir hastaneleri 3. basamak sağlık hizmet sunucularıdır (Sülkü, 2011).

1.1.3. Türkiye’de Sağlık Sistemi

- Koruyucu Sağlık hizmetleri
 - Kişiyeye yönelik
 - Çevreyeye yönelik
- Tedavi Hizmetleri
 - 1. Basamak; Ayakta tedavi
 - 2. Basamak; Yataklı ve Ayakta tedavi
 - 3. Basamak; Yataklı ve Ayakta tedavi, eğitim araştırma hastaneleri
 - Acil Müdahale Sistemi; 112 Ambulans, AFAD, AKUT, UMKE, Kızılay vs
- Rehabilitasyon Hizmetleri
 - Fizik tedavi
 - Psikolojik destek
 - Yaşlı bakım
 - Engelli bakım
- Sağlığın İdaresi ve Geliştirilmesi
 - Sağlık bakanlığı ve İl, İlçe Sağlık Müdürlükleri
 - Toplum Sağlığı Merkezleri, Sağlıklı Hayat Merkezleri

Ülkemizde sağlık sisteminin omurgasını Aile Sağlığı Merkezleri (ASM) ve 2. 3. derece hastaneler oluşturmaktadır. ASM’ler halkın tedavisinde ilk sırada ve en yaygın şekilde yer aldığı gibi, aşılamayla koruyucu hizmeti, yaşlı ve kronik hastaların takibiyle rehabilitasyon hizmeti de vermektedir. Her kurum çoklu-çeşitli hizmetleri yürüttüğü için yukarıda yapılan tasnif kesin sınırlarla ayrılamaz.

1.2. AKIL ZEKA STRATEJİ

Akıl ve zeka hakkındaki sorular ilk çağlardan beri sorula gelmiştir. Aristoteles akıl kavramını zihin beden birliği bağlamında değerlendirip, sanat (techne), bilimsel bilgi (episteme), pratik bilgelik (phronēsis), felsefi bilgelik(sophia) ve sezgisel akıl (nous) gibi beş bölümde gruplamıştır. Decartes; cisim düşünemez, ruh da yer kaplamaz söylemiyle, akıl kavramını salt zihinsel süreçlerle sınırlandırarak zekaya indirgemıştır (Bayık, 2019).

Zeka; yeni durumlara uyabilme yeteneği, öğrenebilme hızı, soyut düşünebilme yeteneği, genel zihin gücü şeklinde çeşitli ifadelerle tanımlanmaya çalışılmıştır.

Zeka; merkezi sinir sisteminin toplam işlem gücüdür(kapasitesidir). Akıl ise (felsefi tanım), zekayı doğru kullanmaktır. Doğru kullanılmadığında ‘Deli’likten bahsedilir. Akıl, bilgi ve tecrübeyle artar, zeka ise bireylerde 15-30 yaş aralığında maksimum düzeydedir. Bilgisayarlara benzeterek anlatırsak, Zeka donanımdır, Akıl ise yazılımdır. Kalıtsal özelliklerimizi yeni nesillere aktaran genetik kodlarımızı da donanıma gömülü yazılım olarak değerlendirebiliriz.

Strateji; belirlenen hedeflere ulaşmak için hazırlanmış planlar, politikalar bütünüdür.(Strateji kavramı, tasam.org) Satranç oynar gibi, çok aşamalı, çok ihtimalli düşünüp, hedefe ulaşmak için en iyi yolu aramaktır.

Stratejik yönetim; kurumların hedef ve amaçlarını, güçlü ve zayıf yönlerini belirleyip, bu hedef ve amaca ulaşma bilmek için yönetsel kararların uygulanması, kaynakların bu yönde kullanılmasıdır.

Çevresel izleme, planlama, uygulama, değerlendirme safhalarından oluşan stratejik yönetimde, uzun dönemli strateji ve planlama yapılmalıdır (Tasam, 2024).

Sağlık kurumları stratejik akılla, güncel gelişmeler takip edilerek yönetilmelidir. Dijital sağlık sistemlerinin inovasyonu sürekli takip edilmeli, fayda maliyet hesaplamaları yapılmalı, yapılan uygulamaların uzun dönem yan etkileri göz önünde tutulmalıdır.

1.3. ÖĞRENME

Öğrenme; edim ve tecrübe yoluyla kazanılan, nispeten kalıcı olan, ‘anlama’ ‘kavrama’ ‘uygulama’ ve ‘bilgilerinin hafızaya kaydedilmesidir. Pek çok psikolog

Öğrenmenin davranış değişikliği ile sonuçlanacağını iddia etmektedir. Bu davranış değişiklikleri gizli veya açık olabilir. Edimin pekiştirilmesiyle öğrenme mükemmelleşir ve kalıcı hale gelir. Bisiklet sürmek veya tenis oynamak buna örnek verilebilir. Edinilen bilgiler tekrarlanmadığında bir süre sonra unutulur. Öğretmenin derste anlattığı konuyu, akşam evde ve daha sonraki günlerde tekrarlanmadığında unutulması gibi.

Günümüzde sağlık kurumlarındaki cihazlar analogdan dijitale hızla dönüşmektedir. Sağlık çalışanları hizmet kalitesini yüksek tutmak için dijital sistemleri kullanmayı iyi seviyede öğrenmek durumundadır.

Doğuştan sahip olunan, refleksler ve iç güdüsel davranışlar öğrenme değildir.

1.3.1. Yaşam Boyu Öğrenme

Önceki çağlarda uzun yıllar alabilen köklü değişim ve gelişimler günümüzde birkaç yıl içerisinde kolaylıkla gerçekleşebilmektedir. Bireylerin çağa uyum sağlayabilmesi için güncel gelişmeleri sürekli takip etmesi gerekmektedir. Yaşamlarının her evresinde güncel gelişmeleri takip eden, işlerini ve yaşamlarını daha iyi sürdürebilmek için ihtiyaç duyulan bilgi ve becerilerin kazanılmasını sağlayan, süreklilik arz eden öğrenme şekline ‘yaşam boyu öğrenme’ denir (Coşkun ve Demirel, 2012). Günümüzde giderek küreselleşen, sistemini ve ürünlerini geliştiren işletmeler, yeni gelişmelere adapte olmuş insan kaynağına ihtiyaç duymaktadır. İşletmelerin ve toplumların ihtiyacı olan insan kaynağı özelliklerini belirleyen bilim ve teknoloji alanındaki gelişmeler, insanları yaşam boyu öğrenmeye mecbur kılmaktadır (Soran vd, 2006).

Sanayi ve toplumun ihtiyaçlarını karşılamada yetersiz olan örgün eğitimin, zayıf kalan yönleri eş zamanlı veya daha sonra verilen eğitimlerle kapatılabilir. Kişiler yaptığı-yapacağı işlerle ilgili eğitim aldıkça hem ustalığı artar, hem de yetenekleri fark edilir. Yaşam boyu öğrenme, ihtiyaç duyulan bilgiyi bulma ve etkin bir şekilde kullanabilme becerilerine, yani bilgi okuryazarlığı becerilerine sahip olmayı gerektirmektedir (Polat ve Odabaş, 2008).

1972 yılında UNESCO tarafından Faure Raporu yayınlanmıştır. Bu rapora göre eğitim; yaşam boyu devam eden bir faaliyet olarak nitelemektedir. Avrupa Birliği’nde 1993 yılında yeşil bülten hazırlanmıştır. Mesleki eğitimi sürekli hale getirerek, işsizlerin yeniden iş bulabilmeleri amaçlanmıştır. Sürekli mesleki eğitim sistemi kurmak

gayesiyle hazırlanan Yeşil Bülten, Yaşam Boyu Öğrenme ile ilgili ilk metin olma özelliği taşımaktadır (Akbaş ve Özdemir, 2002). Akabinde 1994'te AB tarafından konusu gelişme, rekabet ve işlendirme olan ve yaşam boyu öğrenmenin tüm uluslarca benimsenmesi hedefini ortaya koyan, Beyaz Kitap yayınlanmış, bu tarihlerden itibaren de yaşam boyu eğitim yerine tüm uluslararası kuruluşlar daha çok yaşam boyu öğrenme kavramını kullanmaya başlamışlardır (Kaya, 2014). 1996 yılı Avrupa Yaşam Boyu Öğrenme Yılı olarak kabul edilmiştir. İnternetin yaygınlaşmasıyla okulların ve eğitim merkezlerinin bilgi toplumuna adaptasyonunu sağlamak için E-Learning taslağı oluşturulmuştur. 2000 yılı Mayıs ayında iletişim komisyonu tarafından, E-Learning Geleceğin Eğitiminin Tasarlanması çalışmaları sonucunda yaşam boyu öğrenme için internet ve multimedya yazılımlarının önemi artmıştır (Akbaş ve Özdemir, 2002).

2007 yılında AB konseyi, Yaşam Boyu Öğrenme programlarını, toplumun büyük kesimini kapsayacak şekilde bütünleştirmiştir. Hazırlanan Eylem Planı ile daha önceki dönemde uygulanmaya çalışılan Socrates ve Leonardo Da Vinci programlarının yerine,

- Comenius (Okul Eğitimi),
- Erasmus (Yüksek Öğretim),
- Leonardo da Vinci (Mesleki Eğitim),
- Grundtvig (Yetişkin Eğitimi)
- Transversal (Ortak Konulu Program)
- Jean Monnet (Uzman ve Yönetici Eğitimi)

programlarını içeren çatı niteliğindeki Hayat Boyu Öğrenme Programı (LLP) oluşturulmuştur (Avrupa Birliği Başkanlığı, 2024).

Avrupa Konseyi kurucu üyesi sıfatı bulunan Türkiye de konseyin Yaşam Boyu Öğrenme Kararı'na ve Lizbon Stratejisi'ne 2002 yılında dahil olmuştur (Abbak, 2018).

- 2009 yılında Türkiye Hayat Boyu Öğrenme Strateji Belgesi yayınlanmıştır.

- 2011 yılında Millî Eğitim Bakanlığı bünyesinde bulunan Çıraklık ve Yaygın Eğitim Genel Müdürlüğü adı değiştirilerek Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü kurulmuştur.

- 2014 yılında da Türkiye Hayat Boyu Öğrenme Strateji Belgesi ve Eylem Planı yayınlanmıştır.

- 2018 yılında ise Hayat Boyu Öğrenme Kurumları Yönetmeliği Resmî Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir (MEB, 2024).

1.3.1.1. Yaşam Boyu Öğrenmenin Bileşenleri

Günüç vd. (2012) yaşam boyu öğrenmenin bileşenlerini kuramsal yapı halinde ortaya koymaya çalışmışlardır. Bu yapıda; örgün, yaygın ve yaşayarak öğrenmeler 1. katmanda, kişisel, sosyal ve mesleki gelişimler 2. katmanda, okuryazarlık, yeterlik, beceri, yaş, kültürel yapı, ekonomi gibi yaşam boyu öğrenme sürecini etkileyen faktörler 3. katmanda yer almaktadır. Kişinin, üçüncü katmanda yer alan çeşitli faktörlerin tesiri altında ikinci katmanı oluşturan kişisel, sosyal ve mesleki gelişimlerine yönelik tüm öğrenimlerini birinci katmandaki öğrenme yöntemleriyle gerçekleştirdiğini ifade etmektedirler.

2007 yılında Avrupa Komisyonu tarafından Yaşam boyu öğrenme yeterlilikleri tasnif edilmeye çalışılmıştır.

- Anadilde iletişim yeterliliği (duygu ve düşünceleri sözlü ve yazılı olarak ifade edebilme),

- Yabancı dilde/dillerde iletişim yeterliliği (yabancı bir dilde okuma, yazma ve konuşma),

- Matematiksel yeterlilik ve bilim ve teknolojiye temel yeterlilikler (matematiksel işlemleri yapabilme, fen ve teknolojiye temel ilkeleri öğrenebilme ve bilimsel gelişmeleri takip edebilme),

- Dijital yeterlilik (elektronik ortamdaki bilginin paylaşımı, kullanımını, depolanması ve üretimi),

- Öğrenmeyi öğrenme yeterliliği (bilginin ve vaktin etkin kullanımının öğrenilmesiyle kendi kendine öğrenebilme),

- Yaşam boyu öğrenme yeterlilikleri 2007 yılında Avrupa Komisyonu tarafından anadilde iletişim yeterliliği (duygu ve düşünceleri sözlü ve yazılı olarak ifade edebilme), yabancı dilde & dillerde iletişim yeterliliği (yabancı bir dilde okuma, yazma ve konuşma, düşünme), bilim ve teknolojiye matematiksel yeterlilik ve temel yeterlilikler (matematiksel işlemleri yapabilme, fen ve teknolojiye temel ilkeleri öğrenebilme ve 12 bilimsel gelişmeleri takip edebilme), dijital yeterlilik (IST - elektronik ortamdaki

bilginin paylaşımı, kullanımını, depolanması ve üretimi), öğrenmeyi öğrenme yeterliliği (vaktin ve bilginin etkin kullanımının öğrenilmesiyle kendi kendine öğrenebilme), sosyal vatandaşlık bilinci yeterliliği (sosyal yaşama aktif katılım sağlayabilme), inisiyatif ve girişimcilik anlayışı yeterliliği (mevcut imkanların farkında olunması ve fırsatların değerlendirilmesi) - kültürel farkındalık ve ifade yeterliliği (duygu, düşünce ve yeni fikirlerin edebiyat, medya ve çeşitli sanat dalları alanlarında ifade edilmesi) şeklinde sekiz başlık altında tanımlanmaktadır (European Communities, 2007).

Yaşam boyu öğrenen olabilmek için bireyin çeşitli güncel okuryazarlık becerilerine sahip olması gerekmektedir (bilgi okuryazarlığı, dijital okuryazarlık, teknoloji okuryazarlığı, medya okuryazarlığı gibi). Bireylere okuryazarlık eğitimleri verilerek okuryazarlık becerileri kazanmalarını sağlamak, bireylerin öz güvenini artıracak ve mesleki gelişimlerine katkı sağlayacaktır. Öğrenmeyi etkileyen faktörler “yaş, zeka, yetenek, motivasyon, öğretmeni sevmek, öğrenme ortamı, eğitim metodu ve materyalleri, eğlenerek öğrenme, kültürel yapı, tutum, ekonomi ve politika, bilgi ve iletişim teknolojileri ve deneyim vs” şeklinde listelenebilir.

1.4. OKURYAZARLIK KAVRAMI

Okuryazarlık, bireyin yazılı metinleri (işaretleri) anlayarak okuyup yazmasıdır. UNESCO’ya (1951) göre okuryazar; günlük yaşamı ile ilgili basit ve kısa cümleleri anlayarak okuyup yazabilen kişidir (Güneş, 1994). Ekim 1976’da Nairobi’de toplanan UNESCO genel konferansında alınan karar; okuryazarlık kişiyi geliştirme, üretici işleri yapabilme, kendini anlayıp anlatabilme, ev idaresi çocuk bakımı gibi işleri yapabilmesine yönelik olmalıdır.

Okuryazarlığın pek çok tanımı ve tasnifi yapılmıştır. Okuryazarlık, bireyin o konudan anladığının ifadesidir bir bakıma. En çok bilinen metin (yazı) okuryazarlığı olsa da, resim, müzik, matematik, makine, teknoloji, medya, politika okuryazarlığı gibi pek çok okuryazarlık sayılabilir.

Metin okuryazarlığı çeşitli aşamalarda,

- Okumaz yazmazlık,
- Yarı okuryazarlık
- Fonksiyonel okuryazarlık
- Multi fonksiyonel okuryazarlık

olarak derecelendirilebilir. Bireyin okuma yazma öğrendikten sonra hiç okuyup yazmaması ve ilgilenmemesi sonucunda okuryazarlıkta gerileme de mümkündür (Güneş, 1994).

1.4.1. Okumaz Yazmazlık

Okuryazarlığın başlangıç noktası sayılabilir. Kişi henüz hiçbir harf öğrenmemiş, kelimeleri okuyup anlama yeteneğine sahip olmamıştır. Pek çok durumda bireyler harfleri öğrenmemiş olsa da parmaklarıyla saymayı, toplama çıkarmayı bilir. Toplumda okumaz yazmazlık, cahillikle eş anlamlı görülür. Ancak bu görüş yanlıştır. Cahillik; herhangi bir konuyu bilmemektir. Yani insan bilmediğinin cahilidir. Bu konu; medya, kültür, sanat, teknoloji politika vs. olabilir (Güneş, 1994).

1.4.2. Okuryazarlık Türleri

- Metin okuryazarlığı
- Sayısal okuryazarlık
- Görsel okuryazarlık
- Medya okuryazarlığı
- Bilgi okuryazarlığı
- Teknoloji okuryazarlığı
- Dijital okuryazarlık
- Kültürel okuryazarlık
- Çevresel okuryazarlık
- Politik okuryazarlık

gibi pek çok bilim dalının okuryazarlığı tanımlanabilir.

1.4.2.1. Bilgi Okuryazarlığı

Bilgi okuryazarlığı kavramını ilk defa kullanan kişi Amerikan Bilgi Endüstrisi Derneği (IIA) başkanı Zurkowski (1974), olmuştur. Zurkowski, hazırladığı raporda bilgi okuryazarı bireyi; karşılaştığı sorunların çözümünde bilgiyi esas alan, farklı türdeki bilgi kaynaklarını kullanabilmek için gereken beceri ve teknik yeterliliklere sahip kişi olarak tanımlamıştır (Kurbanoğlu, 2010). Birçok kavramla ilişkili olan bilgi okuryazarlığı, kavram olarak ilk kez 1974 yılında kullanılsa da, uygulamaları daha eskidir. Kütüphanelerin, kullanıcıların bilgiye kolay erişmelerini sağlayabilmek için

kütüphane düzeni hakkında vermiş oldukları kullanıcı eğitimleri, öz olarak bilgi okuryazarlığı olarak tanımlanabilir. Bilgi okuryazarlığı, 1976 yılında kütüphanecilikle ilgili bir sempozyumda, problemin çözümü ve karar verme aşamasında ihtiyaç duyulan bilgiye erişme ve elde edilen bilgiyi kullanma becerileri olarak ifade edilmiştir (Pinto vd., 2010).

Bilgi okuryazarlığı, kişinin kendini tanıması, bilgi ihtiyacını fark edebilmesi, gereken bilgiyi arayıp bulabilme, bulunan bilgiyi diğer bilgilerle karşılaştırıp değerlendirebilme ve elde edilen sonucu etkin bir şekilde başkalarına ulaştırabilme şeklinde tanımlanabilir (ALA, 2024). Bireyler mantıklı karar verebilmek için nitelikli ve noksansız bilgiye ihtiyaç duyduklarının farkında olmalı, soruları bilgi gereksinimlerine göre formüle etmelidirler. Zaman ve emeği verimli kullanmak için bilgi kaynaklarının hangilerinden yararlanacaklarını belirleyip, gerekli-gereksiz ayrımını yapıp, bilgi aramada doğru ve başarılı stratejiler geliştirmelidirler. Bilgi okuryazarı bireyler dijital ortamlar dahil olmak üzere birçok bilgi kaynağına erişebilirler, eriştikleri bilgileri değerlendirip, pratik kullanım için bilgileri düzenlerler, yeni bilgileri var olan bilgilerle birleştirebilirler, edindikleri bilgileri problemlerin çözümünde ve eleştirel düşünmede kullanabilirler (Kurbanoğlu, 2010).

Güncel gelişmelerle bilgi kaynakları ve çeşitlilikleri arttıkça, bilgi okuryazarlığı kavramının kapsamı genişlemektedir. Özellikle internet ortamında kaynağı ve doğruluğu belirsiz bilginin çoğalması, bilgi kirliliğinin tehlikeli boyutlara ulaşmasına sebep olmuştur. Dijital ortamda bilgi arayan bireylerin daha dikkatli olmasını zorunlu kılmıştır. Mc Crank (1992) ise bilgi okuryazarlığı kavramının eksik tanımlandığını; kapsamının tüm okuryazarlıkları içine alacak şemsiye bir terim olarak tanımlanması gerektiğini savunmaktadır.

1.4.2.1.1. Bilgi Okuryazarlığının Önemi

Yaşadığımız dönemde internetin yayılması bilgi miktarında hızlı artışa sebep olmuştur. Bilgiye kolay ulaşım ve buna bağlı olarak değişim ve gelişimin hızlanması, işe yarar, doğru bilgiyi ayırt etmeyi güçleştirmiştir. Elektronik ortamda saklanan bilginin kolaylıkla kopyalanabilmesi, çalınabilmesi, değiştirilebilmesi gibi durumların getirdiği etik ve yasal problemler bilgi güvenliğinin önemini arttırmıştır.

Amerikan Kütüphane Derneğinin 1989 yılında hazırlamış olduğu raporda, bireylerin bilgiye ulaşmayı öğrenmiş olmasını demokratik bir hak olarak nitelemiş;

vatandaşlık haklarının yanında rahat bir yaşam ve iş hayatında verimlilik için de bilgi okuryazarlığının önemine vurgu yapmıştır (ALA, 2024). Yaşadığımız dönemi bilişim devri olarak nitelersek, bilişim devrinde bilgi okuryazarı olan bireylerin ön planda olacağı ve başarılı sayılacağını aşıkardır. Kurbanoglu (2010) ise bilgi okuryazarlığının yaşadığımız çağ için vazgeçilmez ve hayati derecede önemli olmasının; yaşam boyu öğrenmenin temelinde bulunması, rekabet gücünü artırması, değişim ile baş edebilmeyi sağlaması, istihdam edilmeyi kolaylaştırması, bireyin her tür gelişimine katkı sağlaması, kalifiye eleman ihtiyacının karşılanması, mevcut bilgiyi geliştirmesi ve yeni bilgi üretmeyi olanaklı kılması gibi özelliklerinden kaynakladığını ifade etmektedir.

1.4.2.1.2. Bilgi Okuryazarlığı Modelleri

Birçok farklı bilgi okuryazarlığı modeli bulunmaktadır. Küçük farklar dışında bu modellerin özü benzerdir. Kaynaklara göre değişiklik gösteren bilgi problemi çözme aşamaları Kurbanoglu (2010) tarafından bilgi ihtiyacının belirlenmesi, bilginin aranması, bulunması, kullanılması, iletilmesi ve değerlendirilmesi şeklinde 6 aşamada özetlenmiştir.

İlk ve orta öğretimde en çok kullanılan modellerden biri olan Big 6 Modeli, 1987 yılında Eisenberg ve Berkowitz tarafından geliştirilmiştir. Bireye bilgi okuryazarlığı becerilerini kazandırmak için bilgi problemi çözme adımlarını, sırasıyla;

- Bilgi gereksinimini tanımlama,
- Bilgiyi arama,
- Bilgiyi bulma,
- Bilgiyi kullanma,
- Sentezleme,
- Değerlendirme

olmak üzere 6 aşamada ele almıştır. Eisenberg ve Berkowitz, daha alt yaşlar için ise planlama, yapma ve gözden geçirme şeklinde üç aşamadan oluşan Super3 isimli farklı bir model önermişlerdir (Demiralay ve Karadeniz, 2008).

DIALOGUE Modeli, Information Network for Ohio Schools kurumunda kütüphanecilerden oluşan bir grup tarafından 1998 yılında geliştirilmiştir. Tanımlama, başlama, değerlendirme, bulma, düzenleme, rehberlik, kullanma ve değerlendirme olmak üzere 8 aşamadan oluşan model, ismini (Define, Initiate, Assess, Locate, Organize, Guide, Use, Evaluate) aşamaların baş harflerinden almıştır (Stripling, 1999).

Yedi Sütun Modeli, bilgi okuryazarlığıyla ilgili farklı kavramları kapsayabilmek, farklı gruplara uyarlayabilmek ve farklı gereksinimleri karşılayabilmek gayesiyle daha bütünsel bir yaklaşımla yeniden ele alınarak, 2011 yılında, identify (belirleme, ifade etme), scope (kapsamını tanımlama), plan (planlama), gather (elde etme), evaluate (değerlendirme), manage (yönetme) ve present (sunma) olmak üzere yine yedi başlıkta ele alınmıştır (Kavak, 2018).

AASL & AECT standartları 1998 yılında ilk ve orta okul öğrencileri için geliştirilmiş olup;

- Bilgi okuryazarlığı standartları,
- Bağımsız (kendi kendine) öğrenme standartları
- Sosyal sorumluluk standartları

olmak üzere üç temel bölüm altında dokuz maddeden oluşmaktadır. AASL & AECT standartlarına göre bilgi okuryazarı bir öğrenci:

- Bilgiye doğru şekilde zaman kaybetmeden olarak ulaşır.
- Bilgiyi eleştirel bakışla ve yetkince değerlendirir.
- Bilgiyi doğru ve üretken bir şekilde kullanır.
- Kişisel ilgi alanlarıyla ilgili bilgileri takip eder.
- Her ortamdaki bilgiyi kullanır ve ifade ediliş şekillerine önem verir.
- Bilgi arama ve bilgi üretmede mükemmellik için uğraşır.
- Bilginin adil ve huzurlu bir toplum için önemini kabul eder.
- Bilgi teknolojisi ile ilgili etik kurallara uygun davranır.
- Bilgiyi takip etme ve üretme amacıyla gruplara faal olarak katılım sağlar.

2. BÖLÜM

DİJİTAL OKURYAZARLIK

2.1. DİJİTAL OKURYAZARLIK

Bilim ve teknolojinin son dönemlerdeki hızlı gelişimi nedeniyle eski dönemlerde fiziksel ortamda saklanan verilerin çok büyük bir kısmı, ucuz ve daha kolay erişilebilir olması nedeniyle bilgisayar ve internet ortamında yani dijital ortamda tutulmaya başlanmıştır. Dijital okuryazarlık kavramı da bu noktada kişiler için bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmıştır.

Dijital kelimesi, Latince digitus kelimesinden köken alır. Parmak işaretiyle anlatılan ikili (sıfır ve bir) sistemi karşılamak için kullanılır. İngilizce ve Fransızca gibi dillerde digital kelimesi, “sayısal” ve “verilerin bir ekran üzerinde elektronik olarak gösterilmesi” şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, 2021).

Dijital cihazlar elektronik altyapının içinde sıfır ve birlerden oluşan komutların yürütüldüğü sistemlerdir. İlk başta sadece bilgisayarlarda kullanılan komut setleri, şimdilerde kullandığımız tüm cihazlara yayılmış durumdadır. Örneğin, eski televizyonlar elektronik yapıdayken, şimdiki Akıllı televizyonlar dijital alt yapılıdır. Hayatımızda en çok yaygınlaşan akıllı cep telefonları mobil bilgisayar niteliğindedir.

Dijital okuryazarlık ise, hayatımızın her alanına yayılan dijital cihazlardan anlamayı ifade eder. Dijital kelimesine, ilgili alanda temel bilgi ve beceri sahibi olmayı ifade eden okuryazarlık sözcüğünün eklenmesiyle oluşturulmuş bir kavramdır. Dijital okuryazarlık kavramı, literatürde ilkin 1997 yılında Paul Gilster tarafından kullanılmıştır.

Dijital okuryazarlık kavramı, sayısal ortamda yani bilgisayar ve internet ortamında farklı kaynaklardan erişilen verileri, kullanma, değerlendirme ve karşılaşılan problemleri çözme gibi becerileri kapsadığını ifade etmektedir. Gilster'e (1997) göre yalnızca tuşlara basmaktan ibaret olmayan dijital okuryazarlık; fikirlere hâkim olmakla alakalı özel bir zihniyet olup, şu ilkelere dayanmaktadır (Onursoy, 2018):

- Farklı uygulamalara ve aygıtlara erişme ve bunları kullanma kabiliyeti,
- Dijital ortamdaki içerikleri anlama, analiz etme ve eleştirme kabiliyeti,
- Dijital teknolojiyi yaratıcı bir şekilde kullanabilme kabiliyeti.

Gilster'in tanımını eksik bulan Bawden (2001) ise dijital okuryazarlığı, sayısal ortamlar üzerin-den erişilen veriyi kullanmanın yanında teknolojik cihazların çalışma şeklini bilme ve teknolojik yapılarının farkında olma ile ilişkilendirmektedir. Martin and Grudziecki (2006) tarafından yapılan tanımda çeşitli okuryazarlıklarla (bilgi, medya, görsel gibi) ilişkilendirilen dijital okuryazarlık; bireyin dijital kaynakları bilmesi, onlara erişmesi, yönetmesi, değerlendirmesi, sentezlemesi, dijital araçları kullanarak iletişim kurması ve yeni bilgiler üretmesi gibi yetkinliklere sahip olması şeklinde ifade edilmiştir.

Hague and Payton (2010) dijital okuryazarlığı, kişilerin teknolojiyi doğru ve güvenli bir şekilde kullanmaları olarak tanımlarken; Gürcan (2011), bilgisayar vasıtasıyla geniş ölçekte ve birçok farklı formatta sunulan enformasyonu anlama ve kullanma becerisi şeklinde tanımlamakta; Bayrakçı (2020) ise dijital yetkinlikler bütünü olarak ifade etmektedir.

Onursoy (2018) dijital okuryazar bireyi; yeni teknolojileri takip eden, adapte olabilen, problemleri çözmek için ihtiyacı olan bilgiye etkin bir şekilde erişebilen ve bunu sürdürebilen, eriştiği bilgiyi çözümleyebilen, değerlendirebilen ve buna yenilerini katabilen şeklinde ifade etmektedir.

Dijital okuryazarlık kavramı ile ilgili tanımlar ve açıklamalar incelendiğinde, kavramın dijital teknolojilerle ilgili diğer okuryazarlık türlerini de kapsayan geniş kapsamlı bir beceriler bütünü olduğu görülmektedir. Dijital teknolojilerle ilgili diğer okuryazarlık türleri Koltay (2011) tarafından;

- Bilgi okuryazarlığı,
- Teknoloji okuryazarlığı,
- Elektronik okuryazarlığı,
- Bilgisayar okuryazarlığı,
- Siber okuryazarlığı,
- İnternet okuryazarlığı olarak listelenmiştir.

Dijital okuryazarlık; yaşadığımız dijital çağda hayatta kalma becerisi olarak nitelenebilir. Zira dijital okuryazarlık, gelişen ve de hızla gelişmeye devam eden teknolojiye uyum sağlayarak çağa ayak uydurabilmek için bireylerin sahip olması gereken en önemli becerilerdir (Hamutoğlu vd., 2017). Hague and Payton (2010) dijital okuryazarlığın çocuklara ve gençlere hem günümüzde hem de gelecekte yaşamın her

alanına faal katılım sağlayabilmelerini destekleyecek bilgi, beceri ve anlayışlar sunacağını belirtmektedir.

Yaşadığımız çağda bir çocuğun, eğitim-öğretime bile başlamadan önce dijital aygıtlarla (telefon tablet) zaman geçiriyor olmasını, dijital okuryazarlık olarak nitelemek mantıklı değildir. Çocuklar uzun süre telefon-tabletten ayrılamıyorsa, bu durumu dijital bağımlılıkla açıklamak mümkündür. Kısa sürede ayrılıyorsa bile, okuma yazma bilmediği için dijital okuryazar olarak değerlendirmek uygun değildir. Olsa olsa ‘dijital bakar’ olarak değerlendirilebilir.

2.1.1. Dijital Okuryazarlığın Bileşenleri

Dijital okuryazarlığın temelinde yer alan ve birbiriyle ilişkili bileşenler yani dijital çağa adapte olabilmek için bireyin sahip olması gereken beceri ve kabiliyetler; Hague and Payton (2010) tarafından yaratıcılık, eleştirel düşünme ve değerlendirme, e-güvenlik, fonksiyonel beceriler, bilgiyi bulabilme ve seçebilme becerisi, iş birliği, kültürel ve sosyal anlayış ve etkili iletişim şeklinde ifade edilmiştir.

Dijital okuryazarlık kavramını 3 boyutta ele almıştır (Ng, 2012).

- Teknik boyut; bilgi ve iletişim teknolojisini kullanabilmek için gereken teknik ve işlevsel yeterliliklere sahip olmayı,
- Sosyal-duygusal boyut; iletişim, sosyalleşme, öğrenme aracı olarak internetin kullanımında etik ve yasal kurallara uygun davranma ve güvenli bir şekilde kullanmayı,
- Bilişsel boyut; çevrimiçi bilgi arama, doğru uygulamaları seçme, dijital içeriğin analizi ve değerlendirilmesi gibi becerileri içermektedir. Eleştirel okuryazarlık ise üç boyutta da yer almaktadır. Problem çözme veya sorun giderme sırasında dijital kılavuzları okumayı veya YouTube'da bir video izlemeyi teknik boyuta; konuşmanın içeriği ve anlatımdan ipuçları elde etmeyi sosyal- duygusal boyuta; yazılı materyallerden, videolardan ve görsellerden çeşitli görüşleri değerlendirmeyi bilişsel boyuta örnek olarak vermiştir.

Ng (2012), dijital okuryazar bireyde bulunması gereken temel yeterlilikleri ise şu şekilde sıralamaktadır:

- Temel bilgisayar tabanlı işlemleri yapabilme ve günlük yaşamda ihtiyaç
- Bilgileri etkin bir şekilde araştırabilme, belirleyebilme ve değerlendirebilme
- Görevleri tamamlamak, problemleri çözmek veya yeni ürünler geliştirmek amacıyla en uygun teknolojik araçları seçme veya özelliklerini kullanabilme

- Çevrimiçi dijital ortamlara uygun davranabilme ve gelebilecek zararlardan kendini koruyabilme.

Eshet-Alkalai ve Amichai-Hamburger (2004) dijital okuryazarlık için kullanıcı ve akademis-yenilerin dijital ortamlarda kullanmış oldukları bilişsel becerilerden birçoğunu kapsayan bütüncül bir kavramsal model geliştirmiştir. Modele göre dijital okuryazarlık becerileri; fotoğraf-görsel okuryazarlık becerileri, üretim okuryazarlığı becerileri, branş okuryazarlığı becerileri, bilgi okuryazarlığı becerileri ve sosyo-duygusal okuryazarlık becerileri olmak beş tür okuryazarlık becerilerinden oluşmaktadır. Fotoğraf-görsel okuryazarlık becerileri; görsel kullanarak düşünme bilişsel becerisini ifade etmekte olup, öğrenme sürecinde görsel bir grafik biçiminde sunulan talimatları ve mesajları sezgisel ve özgürce okuyup, anlamasını sağlar. Üretim okuryazarlığı becerileri; elde bulunan ses, video, grafik vb. dijital materyalleri kullanarak, yeni eserler ya da yeni yorumlar geliştirme becerilerini ifade etmektedir. Branş okuryazarlığı becerileri; internet, multimedya ortamları ve dijital veritabanları gibi teknolojik ortamlarda, düzensiz bilgiye de erişebilmek için birbirinden farklı birçok bilgi arama stratejisini kullanabilme, erişilen bağımsız bilgi parçacıklarından yeni bilgiler oluşturabilme gibi çok boyutlu düşünme becerilerinin kullanılmasıdır. Bilgi okuryazarlığı becerileri; dijital ortamdaki bilgiyi arama, bulma, kullanma, değerlendirme ve sunma gibi becerileri ifade etmektedir. Sosyo-duygusal okuryazarlık becerileri; çevrimiçi ortamdaki tuzaklardan kaçınma ve dijital iletişimin avantajlarından yararlanma ile ilgili becerileri ifade etmektedir (Eshet-Alkalai & Amichai-Hamburger, 2004).

Martin and Grudziecki (2006) dijital okuryazarlığın düzeylerini dijital yeterlilik (beceriler, kavramlar, yaklaşımlar), dijital kullanım (profesyonel disiplin uygulamaları) ve dijital dönüşüm (yenilikçilik, yaratıcılık) olmak üzere üç aşamada ele alınmıştır. Birinci düzeyde yer alan dijital yeterlilik; dijital ortamda arama yapma, oyun oynama, farkındalık oluşturma, iletişim kurma, içerik üretme ve paylaşma becerilerini içermektedir. İkinci düzeyde yer alan dijital kullanım; karşılaşılan sorunun çözümünde uygun ve bilinçli bir şekilde dijital teknolojileri kullanma, profesyonel bir ürün ya da çözüm geliştirmeyi gerektirir. Üçüncü düzeyde yer alan dijital dönüşüm; yenilikçilik ve yaratıcılık bağlamında profesyonel üretimi içerir.

2.1.2. Dijital Okuryazarlık Paydaşları

Bilgi Okuryazarlığı: Kaynak bulma okuma, materyalleri analiz etme, kaynakların güvenilirliğini değerlendirme, etik ve yasal ilkelere uygun şekilde yararlanma, konulara odaklanma ve araştırmanın sorularını doğru, etkin ve verimli bir biçimde formüle etme yetisi.

Bilgisayar Okuryazarlığı: Bilgisayarın yapısını, donanım ve yazılımını bilme, pratik amaçlar için bilgisayar ve uygulama yazılımlarının nasıl kullanılacağına anlaşılmaması.

Medya Okuryazarlığı: Çeşitli formlarda(gazete dergi tv radyo vs) bilgiye erişme, analiz etme, değerlendirme ve iletme yeteneği.

İletişim Okuryazarlığı: Kişilerin birbirini anlaması, dijital yolla iletilen bilgileri alıp değerlendirebilmesi, bireysel veya takım çalışmalarında interneti, yayıncılık teknolojilerini, ve diğer telekomünikasyon yöntemlerini kullanarak iletişim kurabilme yetisi.

Görsel Okuryazarlık: Resim, grafik veya videolarda gösterilen bilgileri okuma(görme) ve anlama becerisi. İnsanların etrafta rastladıkları doğal yada inşa edilmiş görünen nesneleri veya simgeleri ayırt edebilmeleri ve yorumlayabilmeleri yetkinliği.

Teknoloji Okuryazarlığı: Teknolojik gelişmeleri takip etmek, yeni gelişmeleri öğrenmek, üretkenliği ve performansı arttırmak için bilgisayarı ve diğer teknolojileri kullanabilme becerisi.

2.1.3. Dijital Okuryazarlık ve Yenileşim İlişkisi

Martin (2005) dijital okuryazarlığın, bireyin topluma katılabilmesi ve bu çağa uyum sağlayabilmesi için zaruri olduğunu; girişimcilik, yenilikçilik ve yaratıcılık için ise ön koşul olduğunu ifade etmektedir. Literatürde dijital okuryazarlık ile yenilikçilik arasındaki ilişkiyi konu edinen araştırma sayısı oldukça kısıtlıdır. Yapılan literatür taraması neticesinde, dijital okuryazarlık ve yenilikçilik ilişkisine değinen çalışmalar aşağıda verilmiştir. Santoso et al. (2019) tarafından yapılan “The role of digital literacy in supporting performance through innovative work behavior: the case of Indonesia’s Telecommunications Industry” isimli çalışmada, yenilikçi çalışma davranışı ile perfor-

mansı desteklemede dijital okuryazarlığın rolü araştırılmaktadır. Araştırma Endonezya genelinde faaliyet gösteren telekomünikasyon şirketlerindeki 235 yönetici üzerinde yapılmıştır. Araştırmada yenilikçi çalışma davranışının performansla pozitif ilişkili olduğu, dijital okuryazarlığın da yenilikçi çalışma davranışı ve performans üzerinde önemli etkileri olduğu saptanmıştır.

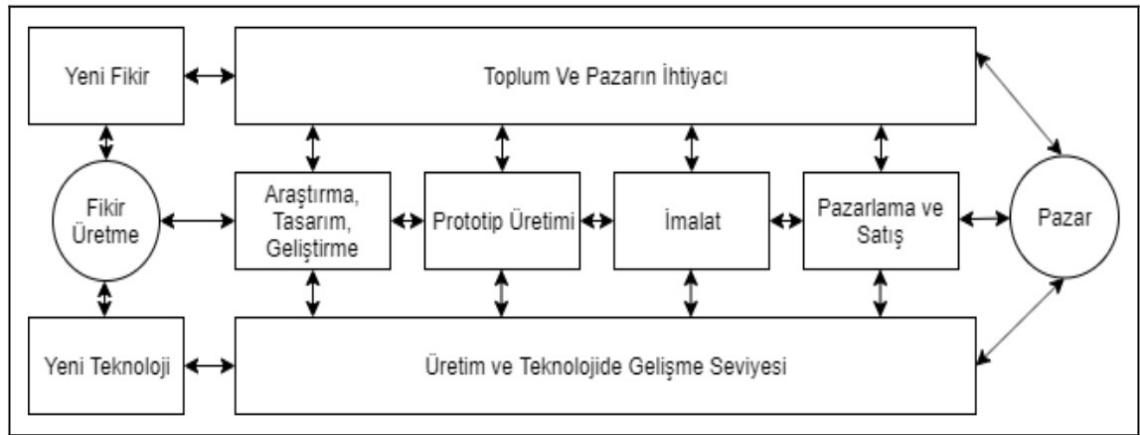
Güngör ve Kurtipek (2020) tarafından yapılan “Spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin bireysel yenilikçilik düzeyinin dijital okuryazarlığa etkisinin yapısal eşitlik modeli ile incelenmesi” isimli çalışmada bireysel yenilikçiliğin dijital okuryazarlığa etkisi araştırılmıştır. 204 üniversite öğrencisinin katıldığı araştırma neticesinde bireysel yenilikçiliğin dijital okuryazarlık üzerinde %37 oranında destekleyici etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre bireysel yenilikçiliğin dijital okuryazarlık için önemli özelliklerden biri olduğu ifade edilmektedir. Dijital okuryazarlık ve yenilikçilik ilişkisini ele alan bu araştırmalara göre dijital okuryazarlığın, yenilikçi davranışı pozitif yönde etkilediği ortaya konmuştur.

2.2. İNOVASYON KAVRAMI

İnovasyon kavramı, literatürde ilk kez Schumpeter tarafından 1911 yılında ele alınmıştır. Latince ‘yeni veya değişik bir şey yapma’ anlamına gelen ‘innovare’ kökünden türetilmiştir. TDK, “inovasyon kavramını ‘yenileşim’ olarak adlandırmış ve değişen koşullara uyabilmek için toplumsal, kültürel ve yönetsel ortamlarda yeni yöntemlerin kullanılmaya başlanması” olarak tanımlamıştır (TDK, 2018).

İnovasyon; gelişmeye sebep olan yeniliktir. Geliştirilen daha başarılı yeni ürün, veya daha pratik üretim yöntemi, daha iyi bir hizmet ya da daha verimli bir süreç olarak tanımlanabilir.

Oslo Kılavuzunda (2005) ‘inovasyon’; “kurumlarda işleyişlerde ve uygulamalarda pürüzlerin giderilmesi, çalışma veriminin artırılması iş yeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yenilikler yapılması, önemli derecede iyileştirilmiş bir ürün (mal veya hizmet) veya süreç, yeni bir pazarlama yöntemi ya da yeni bir organizasyonel yöntemin geliştirilmesi” şeklinde tanımlanmıştır.



Kaynak: Rothwell, R. (1994). Towards the Fifth-generation Innovation Process. International Marketing Review, 11(1), 7-31. (Rothwell 1994)

Şekil 1. İnovasyon Süreci

Rothwell yaptığı araştırmada teknolojinin hızı ve gelişimin karmaşasından dolayı şirketlerin pazardaki değişime ayak uydurmakta zorlandığını, yeni ortaklıklara ve yeni pazarlara yöneldiğini fark etmiş ve bu durumu çözümlmeye yönelik beşinci nesil inovasyon sürecini duyurmuştur. İnovasyon sürecinin şekilde olduğu gibi haline getirene kadar birkaç model daha çizmiş ve son olarak bu modeli geliştirmiştir.

Yeni ürünün ortaya çıkmasında en önemli etken ihtiyaçlardır. “İcad ihtiyaçtan doğar”. Yeni ürün için yeni bir teknolojinin ortaya çıkmasına mı yoksa yeni bir pazara mı ihtiyaç vardır sorusuna Rothwell şöyle cevap vermiştir; ‘kurumların(işletmelerin) bu durumda teknolojik gelişmeleri (icad) piyasa gereksinimlerine göre birleştirmesidir’. Ayrıca, proje geliştikçe, firma değişen pazar gerekliliklerini tespit edip, güncellenmiş tasarım ürününü üreterek pazara bağlı kalmaya devam etmelidir. Bu modelde, kullanıcının, beğeni ve eleştirilerini dikkatle değerlendirmeli, inovasyonun değişen gereksinimlerini, geliştirme süreci boyunca takip etmelidir (Rothwell, 1994) (Şekil 1).

Kısaca, inovasyon süreci sırası ile, fikrin ortaya çıkması, üretim ve pazarlama ile gerçekleşmektedir.

2.2.1. İnovasyon Çeşitleri

İnovasyon çeşitleri; çeşitli bakış açılarına göre farklı gruplara ayrılabilir. Yapıldığı alana göre, yapılış şekline göre, inovasyonun etkisi ya da düzeyine göre ele alınabilir. Teknolojik veya sosyal (teknolojik olmayan) inovasyon gruplanabilir.

2.2.1.1. Yapıldığı Alana ve Konusuna Göre İnovasyon Türleri

Ürün/Hizmet İnovasyonu: Bir kurumda tamamen yeni bir ürün/hizmet geliştirilmesi veya önceki ürünü/hizmeti önemli derecede iyileştirmesi ve bu ürünü pazara çıkarması, “ürün inovasyonu” olarak tanımlanır (Oslo Kılavuzu, 2005). Toplumsal beklenti ve algıların değişmesi, teknolojilerin hızla gelişmesi, rekabetin kızışması, ürün inovasyonunun önemini artırmıştır. Cep telefonları, elektrikli bisikletler-arabalar, ürün inovasyonu, internetten muayene randevusu alınması hizmet inovasyonu kapsamında ele alınabilirler.

Süreç İnovasyonu: Üretim tekniği, teslimat yöntemi, kullanılan malzemenin değişmesi gibi sürece ilişkin yapılan yenilikler süreç inovasyonu olarak tanımlanır. Süreç inovasyonu, maliyetleri ciddi oranda düşürecek, kaliteyi, verimi ve performansı artıracak, üretimi hızlandıracak tüm yenilikleri de içerir. Fason dikim atölyelerinde hazır kalıp seri dikim yapılması, inşaatlarda pompa ve hazır betonun kullanılması, fabrikalarda üretim bantlarının kullanılması süreç inovasyonu sayılabilir.

Pazarlama İnovasyonu: Ürünün pazarlama sürecinin değişmesi-gelişmesidir. Ürünün özü değişmezken, tasarımı, paketlemesi değişebilir. Son yıllarda online ticaret yönteminin yaygınlaşması pazarlama inovasyonuna örnek verilebilir. Online satışta rekabet nedeniyle ürünlerin fiyatları ucuzlamıştır.

Organizasyonel İnovasyon: Kurumların/İşletmelerin kendilerini ve uygulamalarını, örgüt kültürünü, koordinasyonunu, dış ilişkilerini geliştirmesi olarak özetlenebilir. Organizasyonel inovasyon, kurumun vizyonunda, misyonunda, iş yapış şekillerinde yenilik yapması demektir. Yeni yönetim uygulamaları, koordinasyonu, yeni kuralları, örgütsel kültürü kapsamaktadır (Appelbaum, Normand & Glavas 1998).

2.2.1.2. Yapılış Şekline Göre İnovasyon Türleri

Kapalı (Geleneksel) İnovasyon: Bu inovasyon türünde örgütler(kurum/işletme) ar-ge çalışmasını kendi içinde yapar, kendi imkanlarıyla yetinir, ürünün patentini alıncaya kadar gizli tutar ve ürün tamamlandığında patentini alır. Ürettikleri tüm ürünlerin patentini alırlar ve dış çevreye açmayı tercih etmezler. İnovasyonu pazara ilk süren fikrin kazanacağı düşünülür. Keşif yapmak, üretmek, pazara ilk girip patentini almak ve dışarıya bu inovasyonla ilgili kaynak sağlamamak gibi bir hedefleri bulunur (Chesbrough, 2003).

Açık İnovasyon: Bu inovasyon türünde, ürün ya da hizmetin en iyi olması amaçlanır. Projede gizlilik yoktur herkes erişebilir, katkıda bulunabilir. İnovasyon yapmak için örgüt dışında ya da ülke dışındaki daha iyi kaynaklardan yararlanılabilir ya da patenti alınabilir (Chesbrough, 2003). Bu inovasyona bilgisayar işletim sistemlerinden LINUX örnek verilebilir. Linux programının kaynak kodları açıktır ve herkes katkıda bulunabilir.

Tablo 1. Kapalı İnovasyon Açık İnovasyon karşılaştırması

Kapalı İnovasyon	Açık İnovasyon
Bütün zeki/yaratıcı insanlar kurumumuzda çalışır.	Bütün zeki/yaratıcı insanlar kurumumuzda çalışmaz. Şirket dışındaki zeki ve yaratıcı insanları ve fikirleri bulmak zorundayız.
Ar-Ge'den kar elde etmek için, her şeyi kendi içimizde keşfetmek, geliştirmek ve temin etmek zorundayız.	Dışarda yapılmış Ar-Ge örgütümüz için değer oluşturabilir.
Sadece biz keşfedersek, pazara ilk olarak sürmeyi başarabiliriz.	Yenilik için keşfi biz yapmak zorunda değiliz.
Eğer örgütümüz bir inovasyonu ticarileştirmekte ilk olursa, rakiplerimiz yeneriz.	Daha iyi bir iş modeli oluşturmak, önce pazara girmekten daha iyidir.
Eğer sektörünüzde en çok ve en iyi fikirleri biz oluşturursak, biz kazanırız.	İç ve dış fikirlerden en iyi şekilde faydalanırsak kazanacağız.
Eğer inovasyon süreci üzerinde tam kontrole sahip olursak ve patent, alırsak, rakiplerimizin bizim inovatif fikirlerimiz kullanamaz ve kar edemez.	Daha etkin ve ekonomik oluyorsa, inovasyonumuz için başkasının patentinden faydalanabiliriz ya da patenti satın alabiliriz.

Kaynak: Chesbrough, H. W. (2003). Open Innovation: The New Imperative for Creating And Profiting from Technology. içinde Harvard Business Press. (Chesbrough H. W. 2003)

Tersine İnovasyon: Gelişmiş ülkelerde geliştirilip üretilen kalitesi yüksek yeni ürünün, diğer ülkelere kalitesi ve maliyeti düşürülerek üretilmesi tersine inovasyon olarak tanımlanabilir. Kalitesi ve maliyeti düşen ürün gelişmiş ülkelere de yayılabilir. Kısaca özetlersek, ucuzlatma politikasıdır.

Örgütsel inovasyon; Kurumlarda işleyişin gelişmesidir. Özellikle idari personelin eğitilmiş ve yeniliklere açık olması inovasyonu kolaylaştırır. Örgütsel inovasyon maliyetlerin gözden geçirilip, tasarruf tedbirlerinin uygulanması, yeni teknolojiler kullanılması, gibi kavramları içerir.

2.3. ÖRGÜT

2.3.1. Örgüt Kavramı

Örgüt sözcüğü, herkesin aşına olduğu ancak birkaç cümleyle tanımlayamadığı çok yönlü bir kavramdır. Örgüt, belirli bir amaca yönelik güç birliği yapan bireylerden oluşan, hiyerarşik yapısı olan, görev tanımı yapıp sorumlulukları ve davranış kalıpları belirlenmiş olan toplumsal yapılanmadır. Örgüt; aynı mekânda bulunmasa bile, ortak amaç için eş güdümlü hareket eden insan topluluklarıdır. İnsanların ihtiyaçları çeşitlendikçe, örgütlerin sayısı ve türleri de artmıştır. Devlet kurumları, vakıflar gibi kar amaçsız, üretim ve hizmet sektöründe kâr amaçlı çalışan çeşitli örgütler oluşmuştur.

Yeryüzünde insanlar birtakım gereksinimlerini, birilerinin yardımı olmaksızın karşılayamadığını anlayınca, diğer insanlarla iş birliği yapma ihtiyacı duymuştur. Bu ihtiyaçtan dolayı ortak amaçlarını gerçekleştirme uğruna, belirli kural ve süreçlere bağlı olarak örgüt yapısı oluşturmuştur (Ertekin, 2017).

1900'lerin başından beri, Klasik, Neoklasik, Modern örgüt kuramları ortaya konmuştur.

- Klasik teoride, üretimde etkinlik ve verimlilik esastır. İnsan ikinci plandadır. Mekanizmalar düzenlendikten sonra insanın öngörülen doğrultuda davranacağı varsayılmıştır.

- Neoklasik teoride, ekonomik rasyonellik hakim olsa da, insan unsurunun davranışları, motivasyonu ve tatmin olması da önemsenmiştir.

- Modern örgüt kuramında, örgütler çevreleriyle etkileşen sistemler olarak değerlendirilmiştir.

2.3.2. Örgütsel İnovasyonun Önemi

Örgütlerde gelişmeye ve değişime açık çalışanlar, farklı kültür ve anlayış fikrine de açık olmalıdır. Rekabetin her geçen gün arttığı son dönemde kurumlar varlığını sürdürebilmek için inovasyon yapmak zorundadır. Örgüt yöneticileri vizyona sahip olmalıdır. Yeni fikirlere açık, inovatif davranışlara izin verip desteklemelidir. Personelleri gönüllü ve istekli çalışma konusunda motive etmelidir. Çalışma verimliliğini artıracak yöntemler denemelidir.

Örgütsel inovasyonu destekleyen bir kültür ile sadece mali açıdan değil, bu kültürün kattıkları ile çalışanların kuruma karşı bağlılığını ve kurumun değerini olumlu yönde etkilerler.

2.3.3. Örgütlerde İnovasyon Kültürü

Dünyanın hızla değişimiyle, inovasyonun önemi artmış, inovasyonu oluşturacak ve yönetecek liderlere ihtiyaç duyulmuştur. İnovatif liderler, kendileri yenilikçi olduğu gibi yanında çalışanları da yeni fikirler üretmeleri için teşvik eder. Bunu yaparken birçok liderlik yöntemini bir arada kullanır. İnovatif liderler, yaşanan sorunlarla mücadele eder ve yenilikçi zeka ile çözümleme yapar. Kriz durumlarında en hızlı ve verimli çözümü bulur, takipçilerine bunu yine kendi inovatif yönüyle aktarır.

İnovasyon liderliği sadece bir organizasyonun değil, sektörün ve ülkenin ve insanlığın da gelişmesine katkı sağlamaktır. Doğru kültür üzerinde, önce yöneticileri sonra takipçileri inovasyona adapte eden inovasyon liderleri, liderlik görevlerinin yerine getirebilirler. İnovasyon için analitik ve yaratıcı düşünebilen liderler, inovatif kültürü şirketlerine kısa sürede adapte edebilirler (Capital, 2007).

İnovasyon için örgütün üst yönetimi, kararlılığını açık biçimde sergilemelidir. İnovasyonun örgütün açık bir hedefi olduğunu ve bunu bazı yazılı kurallar ile de çalışanlarla paylaşmalıdır (Tekin, Güleş & Öğüt, 2010). Üst düzey yöneticiler inovasyonun örgütün uzun vadede yararları doğrultusunda olduğunu net ve tutarlı bir şekilde savunmalıdır (Govindarajan & Trimble, 2010).

2.4. İNOVASYON (YENİLEŞİM) VE SAĞLIK KURUMLARI

İnovasyon (Yenileşim - yenilikçilik); Akıl ve mantığı, bilimi ve teknolojiyi kullanarak, insanlara sağlık sosyal ve ekonomik yönlerden fayda sağlayabilen farklılık oluşturulmasıdır. Yenileşimi sadece icat, teknolojik gelişme olarak düşünmek yetersiz olacaktır. Bunların insanlar için yarar sağlaması ve ticarete uygun hale gelmesi, bir anlam ifade etmektedir (Uzantarla, Ceyhan & Fırat, 2016).

Yenileşim icatla, icat buluşla(keşif) karıştırılabilmektedir. Buluş, icat, inovasyon, yakın gibi görünse de farklı anlamlar taşımaktadır. Her yenileşim icat değildir. Mesela X ışınlarının insan dokusundan farklı dozlarda geçtiğinin fark edilmesi buluş, bu yöntemi kullanan ilk Röntgen cihazının yapılması icat, yıllar içerisinde Röntgen

cihazlarına çeşitli fonksiyonlar eklenip verimlilik ve doz konusunda iyileştirmeler yapılması yenileşim (inovasyon)'dır. 1900'lerin başında yapılan icadın inovasyonu günümüzde devam etmektedir. İcat, yeni bir üründür; inovasyon ise yeni bir değerdir (Szmytkowski, 2005).

Kurumlar hızla değişen pazarlara, teknolojilere ve rekabet türlerine adapte olabilmek amacıyla inovasyona önem vermeli, yeni ürünler, süreçler ve sistemler geliştirmelidir. İnovasyon ve beraberinde gelen kalite, etkinlik, verimlilik, hız ve esneklik gibi yetenekler örgütlere rekabet avantajı sağlamaktadır. Böylece işletmeler, gelecekteki varlıklarını ve yerlerini inovasyonla belirlemektedir (Kasımoğlu ve Akkaya, 2012).

Sağlıklı olmak, yaşam için çok önemli ihtiyaç ve vazgeçilmez bir haktır. Bu gereksinimin karşılanmasında ana yüklenici olan sağlık kurumları ve personeli inovatif olmak zorundadır. Teknolojik, bilimsel, ekonomik, sosyal ve toplumsal değişikliklere ve gelişmelere paralel olarak kendini yenilemek durumundadır (ICN, 2008, 2009). Sağlık sektörü, (özellikle gelişmiş ülkelerde) karlılığı en yüksek sektörlerden biridir. Yüksek düzeyde yatırım yapıldığı için sürekli değişim ve gelişimin yaşandığı bir ortamdır. Sosyoekonomik düzeylerdeki ve hastalık biçimlerindeki değişiklikler, sağlık sektöründe yeni ihtiyaçları günyüzüne çıkarmakta ve yenileşimi zorunlu kılmaktadır.(Uzantarla, Ceyhan, Fırat, 2016).

Sağlık kurumları hastaların, sağlık çalışanlarının ve paydaşların istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilmek için yenilikçi olmak zorundadır (Boutros, 2007). Sağlık sektörünün temel kurumlarından olan hastaneler, rekabet edebilmek ve faaliyetlerini devamı ettirebilmek için her adımda yenileşme çabası içinde olmalıdır. Sağlık profesyonellerinin yetiştirilmesi uzun ve zahmetlidir. Tıbbi cihazlar, teknolojiler bilişim sistemleri hızla gelişiyor olsa da, sağlık personelinin yeni uygulamalara adaptasyonu önemlidir. Hastane yöneticileri özendirici davranışlarla, örgütsel inovasyona öncülük etmelidir. Özellikle kamu hastanelerinde iş kaybetme riski olmadığı için, inovasyon konusunda isteksizlik oluşabilir. Emekliliği yaklaşan eski personelde de benzer durum görülebilir. Kamu hastanelerinde örgütsel inovasyonun başarıyla uygulanabilmesi için, personellerin memur umursamazlığından kurtulması gerekmektedir. Hastane yöneticileri inovasyona liderlik edip, personellerin büyük çoğunluğunu yenileşim konusunda ikna ettiğinde diğer isteksiz personel de kerhen işleyişe uyacaktır.

Gelişen teknolojiler ve uygulamalar işleyişi kolaylaştırdığı gibi çeşitli riskler de barındırmaktadır. Örneğin, Sağlık bilişim sistemleri, doktorların hastaların verilerine ulaşmasını kolaylaştırırken, istenmeyen kişilerin o verilere ulaşması büyük risk teşkil eder. Diğer taraftan bilişim sistemleri çıktığında, (arşivde yazılı dosya yoksa) hastanın hiçbir bilgisine ulaşılamama riski vardır. Dijital veri güvenliği ve bilişim sistemlerinin aksamadan çalışmasını sağlamak günümüzde elzem hale gelmiştir.

Sağlık sektöründe inovasyon çok yönlü ve karmaşıktır. Personelin uyumu, sosyoekonomik durum, kültürel yapı politik ve fiziksel şartlar v.s önemli faktörlerdir. Hastaların istek ve beklentilerinin artması hekimlerin doğru pratikleri uygulamasını engellemektedir. Örneğin Antibiyotiklerin kullanılması bakteriyel hastalıkların tedavisinde çok büyük ilerleme sağlamışken, son yıllarda halkın antibiyotik talebi ve gereksiz kullanımı, antibiyotik direncinde ciddi yükselişe sebep olmuştur. Bilgisayarlı tomografi cihazlarının gelişimi tanı-tedavide büyük kolaylık sağlamışken, halkın her fırsatta tomografi çekirme talebi (röntgen ışınına bağlı) kanser riskini artırmaktadır. Sağlık hizmetlerindeki inovasyona bir diğer örnek de temassız ateş ölçer geliştirilip kullanılmasıdır. (Cıvalı termometrenin hem düşüp kolaylıkla kırılabilmesi hem de farklı kişilerde kullanımından dolayı hijyenik olmaması zayıf yönleriydi).

Sağlık kurumlarında inovasyonun benimsenmesi ve önemsenmesi açısından gerek akademisyenler gerekse sahadaki sağlık profesyonelleri tarafından gerçekleştirilen birçok çalışma, tez, proje, başarılı uygulama örnekleri bulmak mümkündür. Ne var ki; sağlık hizmetlerinin, neyi yapmanın etkili ve gerekli olduğunu belirlemeyi güçleştiren karmaşık yapısı inovasyon yapmayı da güçleştir-mektedir. Sağlık kurumlarında inovasyonun, diğer sektörlere göre daha zor uygulanan ve daha geç fark edilen bir olgu olduğu değerlendirilebilir (Aksay ve Orhan, 2013).

3. BÖLÜM

MATERYAL VE METOD

3.1. MATERYAL VE METOD

3.1.1. Hipotezler

Bu araştırmada; nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır.

Çalışanların dijital okuryazarlık düzeyleri ile örgütsel inovasyon düzeylerinin arasında anlamlı bir ilişki olacağı varsayımından yola çıkılarak, araştırma hipotezleri aşağıdaki gibi geliştirilmiştir:

H_0 : Dijital okuryazarlık ile örgütsel inovasyon arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_1 : Dijital okuryazarlık ile örgütsel inovasyon arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1a} : Dijital okuryazarlık ile örgütsel inovasyonun alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

3.1.2. Araştırma Evreni ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini Adana ilinde bulunan 256 sağlık kuruluşundaki 1200 sağlık yöneticisi oluşturmaktadır. Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu doğrultuda Adana ili sınırları içerisinde faaliyet gösteren büyük çoğunluğu kamu hastanelerinde çalışan 191 sağlık yöneticisi araştırmanın örneklemi oluşturmaktadır. Verilerin toplanması için kurum etik izni Adana İl Sağlık Müdürlüğü Bilimsel Araştırma ve Proje Çalışmaları Değerlendirme Komisyonunun 27.02.2024 tarihli toplantısında alınmıştır (28.02.2024 / E-11289099-050.04-237957775) (EK 2).

3.1.3. Veri Toplama Araçları

Veri toplama aracı olarak anketten faydalanılmış olup, veriler yüz yüze ve dijital ortamda toplanmıştır. Ankette Dijital Okuryazarlık ve Örgütsel İnovasyon şeklinde iki ana değişken bulunmaktadır. Araştırmada sağlık yöneticilerinin dijital okuryazarlık becerisini ölçmek için Ng (2012) tarafından geliştirilen; Hamutoğlu ve arkadaşları (2017) Türkçe'ye geçerlilik güvenirlik çalışması yapılan, 17 maddeden oluşan Dijital Okuryazarlık Ölçeği (DijitalOY) kullanılmıştır. Ölçek; Tutum, Teknik, Bilişsel ve Sosyal olmak üzere dört alt boyutlu bir yapıya sahiptir. Ölçeğin tüm maddeleri olumlu

yapıdadır, tersten puanlanan madde bulunmamaktadır. Sağlık yöneticilerinin örgütsel inovasyon performansını ölçmek için Wang ve Ahmed (2004) tarafından oluşturulan ve Aksay (2011) tarafından Türkçe'ye çevrilerek uyarlaması yapılan Örgütsel İnovasyon Ölçeği (ÖrgütselİNV) kullanılmıştır. Ölçek, davranışsal yenilik (ÖrgütselDVRİNV), ürün-hizmet yeniliği (ÖrgütselÜRİNV), pazar yeniliği (ÖrgütselPZRİNV), stratejik yenilik (ÖrgütselSTRJİNV) ve süreç yeniliği (ÖrgütselSRÇİNV) olmak üzere 5 boyut olup toplam 20 sorudan oluşmaktadır. Ölçekler 5'li likert sistemine göre hazırlanmıştır:

- 1: Kesinlikle katılmıyorum
- 2: Katılıyorum
- 3: Kararsızım
- 4: Katılıyorum
- 5: Kesinlikle katılıyorum.

3.1.4. Verilerin Analizleri

Analitik verilerin değerlendirilebilmesi için IBM SPSS Statistics 27 programı kullanılmıştır. Veriler frekans analizi, normal dağılım analizi, güvenilirlik analizi, faktör analizi ve korelasyon analizine tabi tutulmuştur. Demografik yapı kriterleri için Frekans Analizi, Güvenirlilik için Cronbach's Alpha (α) Analizi yapılmıştır. Korelasyon Analizinde **“Spearman's Korelasyon Katsayısı”** belirlenmiştir. Tüm bu analizler neticesinde **t, F ve “anlamlılık düzeyi (p)”** değeri belirlenerek örneklem modelimizin uygunluğu sınanmıştır. Modellerimizde;

- $F < F_{\text{kritik}}$ ve $p > 0,05$ durumunda anlamlı bir ilişki olmadığı,
- $F > F_{\text{kritik}}$ ve $p < 0,05$ durumunda anlamlı bir ilişki olduğu,
- sınanmıştır.

4. BÖLÜM

BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu çalışmada Nicel Araştırma Yöntemlerinden olan “İlişkisel Tarama Modeli” kullanılmıştır. Araştırma verileri yüzyüze ve dijital anket yöntemiyle toplanmıştır. Analizimizde 191 kişiye anket yapılmış, anketin çok büyük bir kısmı yüz yüze fiziki olarak (%88,48’i), çok az kısmı (%11,52’si) ise dijital ortamda yapılmıştır. Yapılan çalışmada IBM SPSS Statistics 27 İstatistik Programı ile Frekans, Faktör Analizi, Normal Dağılım, Güvenilirlik ve Korelasyon Analizleri yapılmıştır.

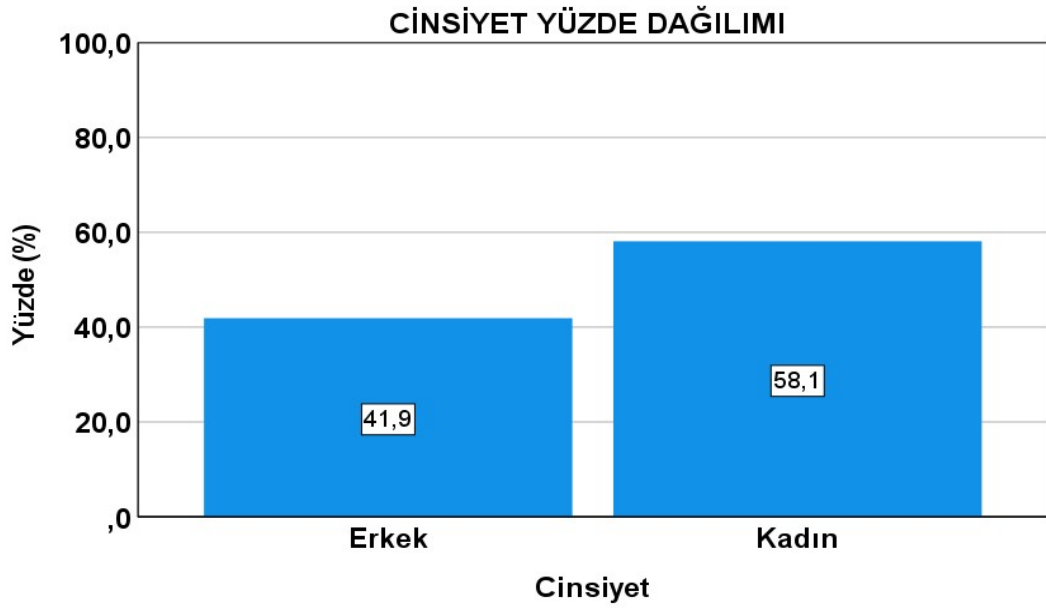
4.1. FREKANS ANALİZİ

4.1.1. Demografik Yapı

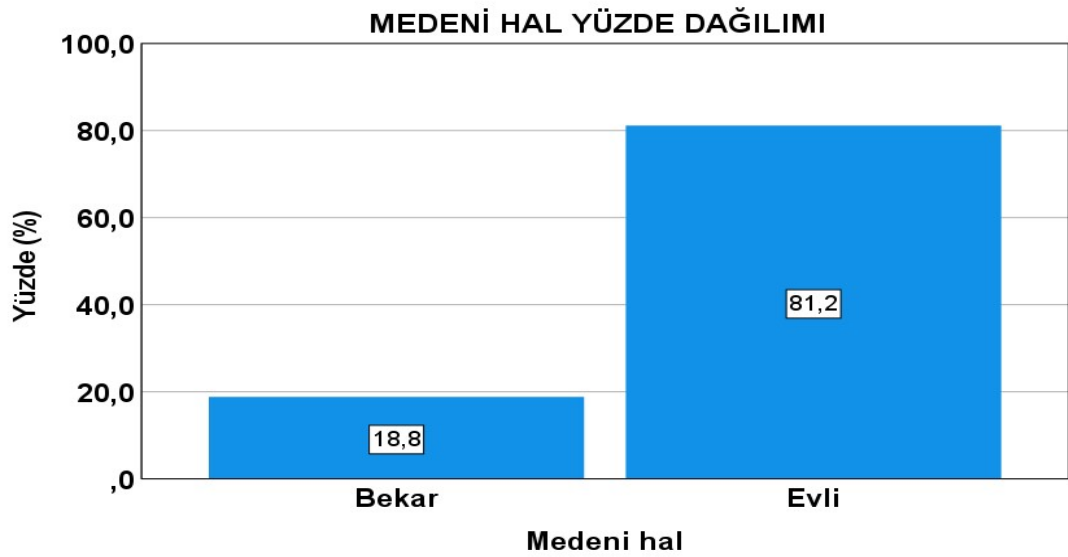
Demografik yapı kriterlerine ait ortalamalar incelendiğinde araştırma örneklememize 191 kişi katılmıştır. Ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 2’de gösterilmektedir. Ayrıca Cinsiyet durumu göz önünde bulundurulduğunda katılımcıların %41,9’u erkek, %58,1 ise kadınlardan oluşmaktadır. Medeni durum göz önünde bulundurulduğunda ise katılımcıların %18,8’inin evli, %81,2’sinin ise bekâr olduğu belirlenmiştir (Şekil 2 ve Şekil 3).

Tablo 2. Demografik yapı kriterlerinde ortalama (mean) - standart sapma ilişkisi

ANKET SORUSU		Frekans N	Ortalama (Mean)	Std. Sapma	Min.	Mak.
Demografik Yapı Kriterleri	Cinsiyet	191	1,5812	0,49467	1	2
	Medeni Hal	191	1,8115	0,39212	1	2
	Yaş	191	2,8115	0,86819	1	5
	Öğrenim Durumu	191	3,1937	0,97827	1	5
	Mezun Olunan Bölüm	191	2,2094	1,40230	1	5
	Çalışma Yılı	191	2,4450	1,19467	1	5
	Mesleki Tecrübe	191	3,4293	1,07311	1	5
	Pozisyon	191	2,8168	0,85405	1	5

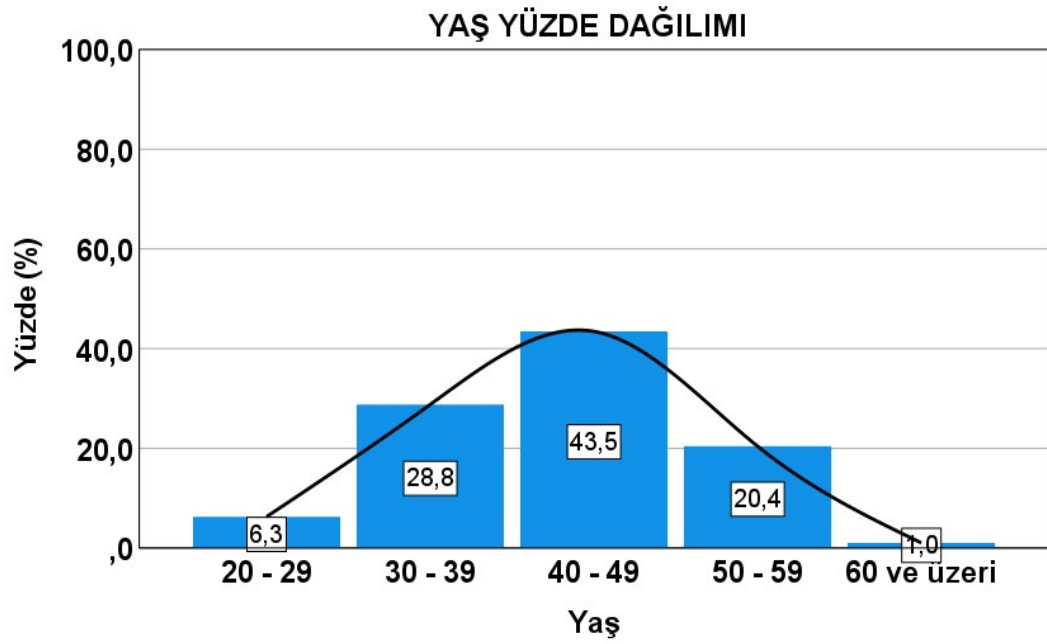


Şekil 2. Cinsiyet yüzde dağılım grafiği

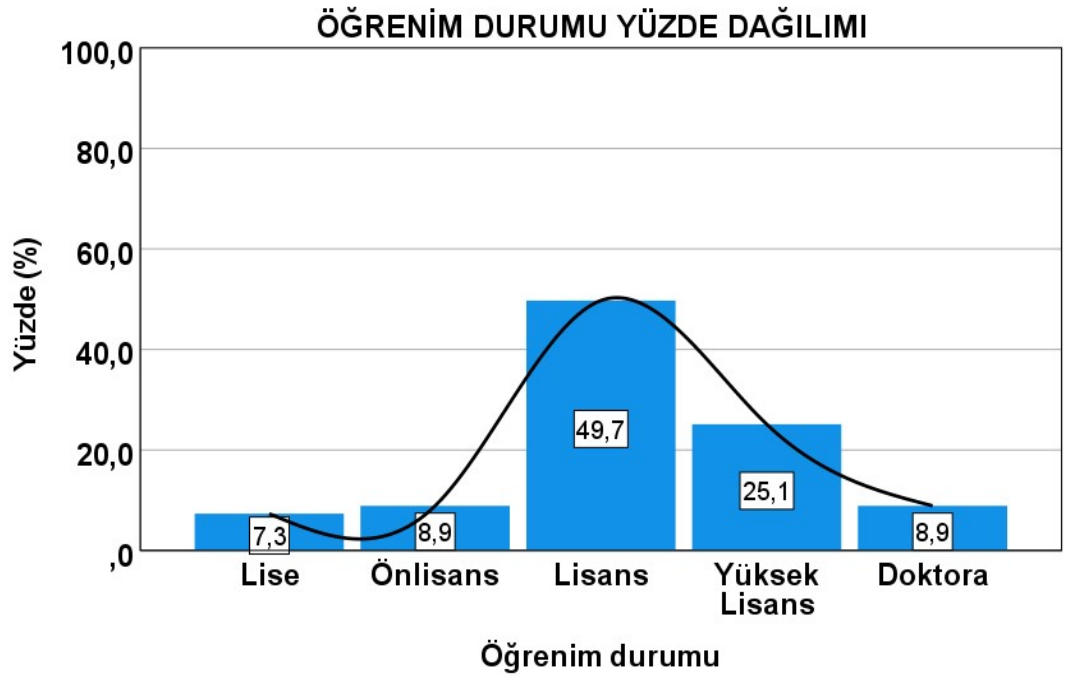


Şekil 3. Medeni hal yüzde dağılım grafiği

Yaş olarak incelendiğinde ankette katılımcıların yaş aralığının en çok 30-39 (%28,8) ile 40-49 (%43,5) yaş aralıklarında olduğu belirlenmiştir (Şekil 4). Öğrenim durumu yönünden ankete katılanların en çok % 49,7 ile Lisans ve %25,1 ile Yüksek Lisans derecesine sahip olduğu belirlenmiştir (Şekil 5).

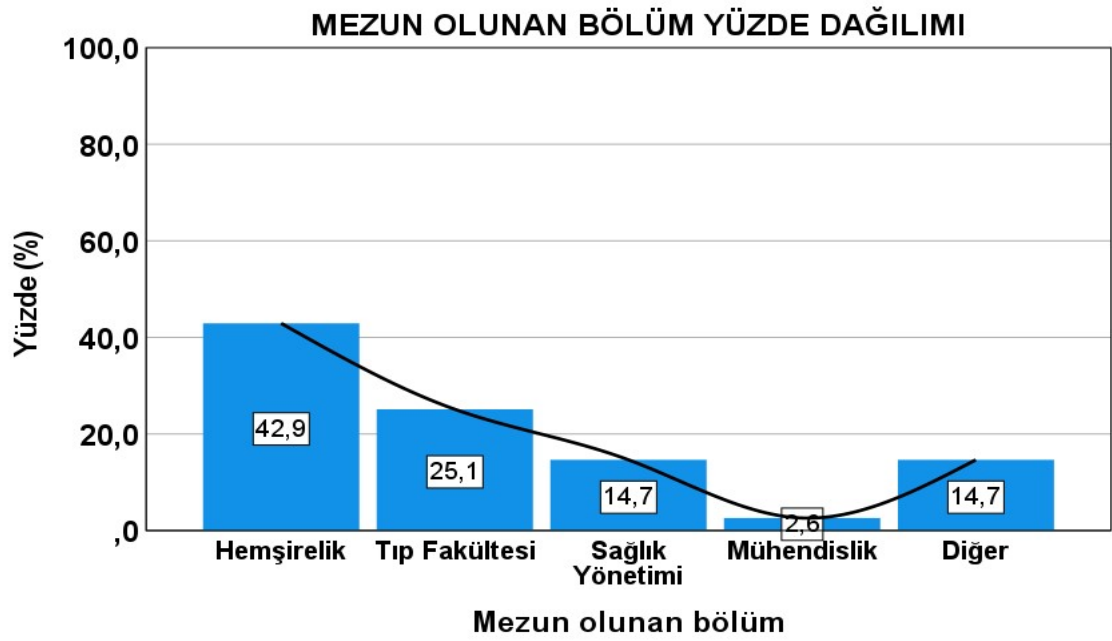


Şekil 4. Yaş yüzde dağılım grafiği



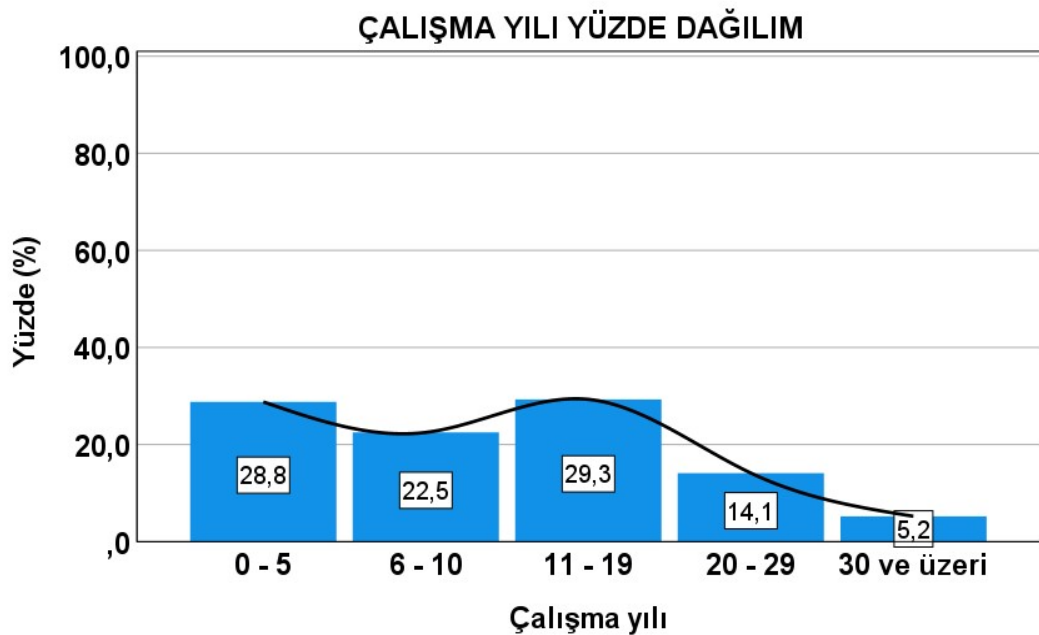
Şekil 5. Öğrenim durumu yüzde dağılımı grafiği

Mezun Olunan Bölüm açısından ankete katılanların oransal bir incelemesi yapıldığında 191 kişi içerisinde %42,9 ile Hemşirelik ve %25,1 ile Tıp fakültesinin öne çıktığı görülmektedir (Şekil 6).

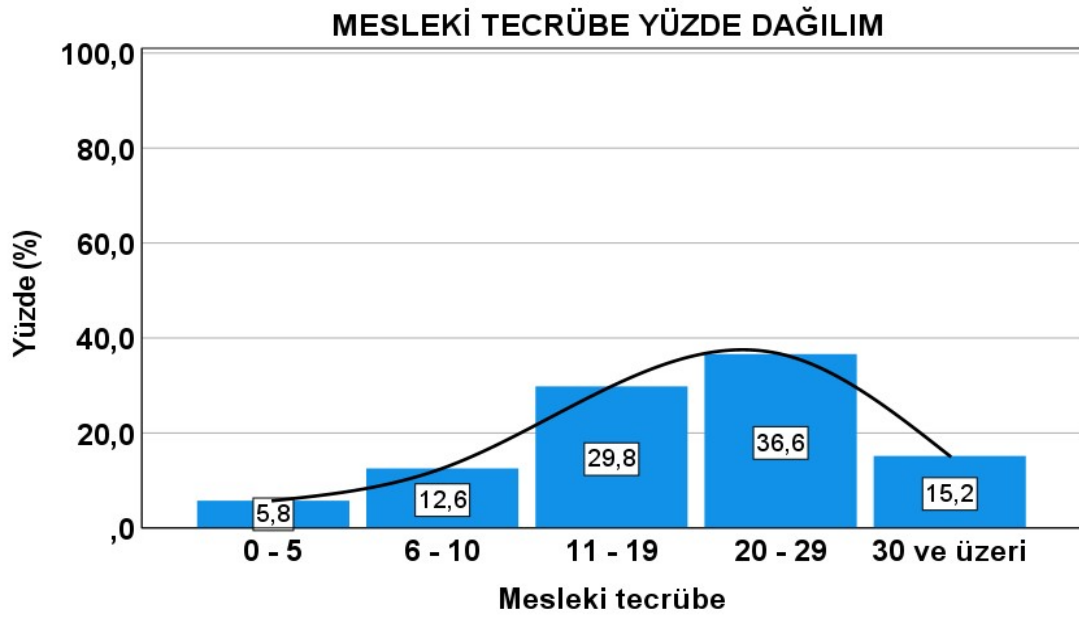


Şekil 6. Mezun olunan bölüm yüzde dağılım grafiği

Ankete katılan 191 kişinin Çalışma Yılı açısından %28,8 ile 0-5 yıl aralığında, %22,5 ile 6-10 yıl aralığında, %29,3 ile 11-19 yıl aralığında bir çalışma yılına sahip olduğu görülmektedir. Çalışma yılı aralığı yüzde yoğunluğundan ankete katılanların genç yaşta olduğu tahmin edilebilir (Şekil 7). Ankete katılanların Mesleki Tecrübe açısından en yüksek yüzde oranına sahip yıl aralığı 11 - 19, 20 - 29 yılları arası olup, sırasıyla %29,8 ve 36,6 oranına sahiplerdir (Şekil 8).

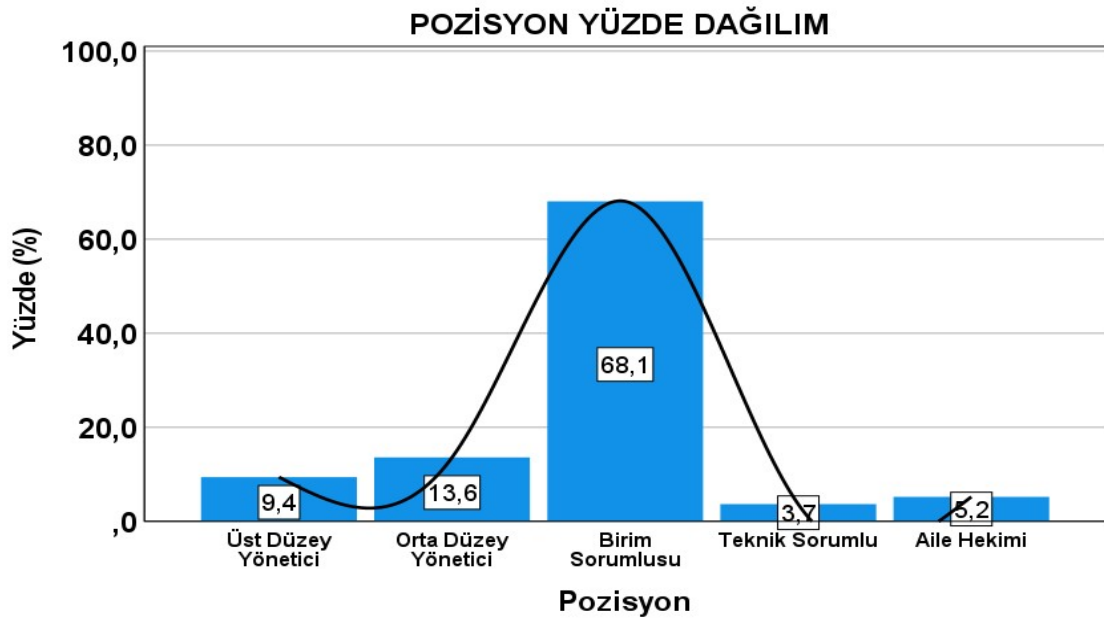


Şekil 7. Çalışma yılı yüzde dağılım grafiği



Şekil 8. Mesleki tecrübe yüzde dağılım grafiği

Ankete katılan 191 kişiyi pozisyon dağılımı açısından değerlendirdiğimizde birim sorumlusunun yüzde olarak en yüksek değere (%68,1) sahip olduğu, diğer pozisyonda çalışanların ise eşit bir dağılıma sahip olduğu belirlenmiştir (Şekil 9).



Şekil 9. Pozisyon yüzde dağılım grafiği

4.2. FAKTÖR ANALİZİ

4.2.1. Dijital Okuryazarlık Değişkenleri İçin Faktör Analizi

Dijital Okuryazarlık değişkenlerine bağlı ölçeklerin geçerliliğini test edebilmek amacıyla Faktör Analizi yapılarak Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterliliğinin Ölçüsü ile Bartlett'in Küresellik Testi değerleri belirlenmiştir. Analizin yapılabilmesi açısından KMO değerinin 0,50 in üstünde olması beklenmektedir (Sharma, 1996). Yapılan analiz sonucu Dijital Okuryazarlık örneklem büyüklüğünün yeterliliği açısından tespit edilen KMO değeri (0,91) Sharma (1996)'ya göre "Mükemmel: 0,90-1" olarak sınıflandırılmaktadır. KMO değerinin 0,90'nın üstünde olması ölçekteki herbir değişkenin, diğer değişkenler tarafından mükemmel bir şekilde tahmin edilebilmesi durumunu ortaya koyabilmektedir.

Faktör Analizi yapılabilmesi açısından diğer parametremiz Bartlett'in Küresellik Testi içerisinde elde edilen ki-kare ($X^2=2218,818$) anlamlılık değeri ($p=0,000$)'nin $<0,05$ 'in altında çıkması analizin devamlılığı ve bir kısım değişkenler arasında yüksek korelasyon olabileceğinin tahmini açısından çok önemlidir.

Faktör sayısı belirlenirken özdeğer (Eigenvalue) istatistiğinden yararlanılmıştır. Özdeğeri 1 ve 1'den büyük olan faktörler anlamlı olarak kabul edilmektedir (Ünal, 2015). Bu değer 1'den küçük olduğu faktörler ise dikkate alınmamıştır. Faktör Analizde özdeğeri (Eigenvalue) 1'den büyük olan faktörler dikkate alınmıştır. Bu durum gözönünde bulundurularak yapılan Faktör Analizi sonucu Dijital Okuryazarlık ölçeğinin 17 madde ve 3 faktörden oluşan bir yapıya sahip olduğu tespit edilmiştir (Tablo 3).

Tablo 3 dikkatli incelendiğinde rotasyona uğramış özdeğerlerden özdeğeri 5,027 olan birinci faktörün açıkladığı toplam varyans oranı %29,573; özdeğeri 3,851 olan ikinci faktörün açıkladığı toplam varyans oranı %52,225; özdeğeri 2,500 olan üçüncü faktörün açıkladığı varyans oranı ise %66,932'dir. Faktör analizinde varyans oranı ne kadar yüksek olursa ölçeğin faktör yapısı da o oranda güçlü olmaktadır. Her alt boyuta ait maddelerin faktör yük değerleri olarak özdeğeri 0,30 (%30)'un üzerindeki değerler anlamlı olarak ifade edilmektedir (Büyüköztürk, 2015). Değişkenlerin (madde – bileşenlerin) hangi faktörde güçlü korelasyonunun olduğunu belirlemek için dönüştürülmüş bileşen matrisi kullanılmıştır (Tablo 3). Faktör Analizinde Rotasyona Uğramış (Dönüştürülmüş) Madde - Bileşenler Matrisinde düzgün bir dağılım elde edilebilmesi açısından 0,40'ın üzerindeki yük değerleri alınmıştır (Tablo 4).

Tablo 3. Özdeğer - Toplam Varyans Oranları (Dijital Okuryazarlık Değişkenlerine Ait)

Bileşen (Faktör)	Başlangıç Özdeğerleri			Rotasyon (Döndürülmüş) Özdeğerleri		
	Toplam	Varyans (%)	Toplam Varyans (%)	Toplam	Varyans (%)	Toplam Varyans (%)
1	7,720	45,413	45,413	5,027	29,573	29,573
2	2,618	15,399	60,812	3,851	22,652	52,225
3	1,040	6,120	66,932	2,500	14,707	66,932
4	0,872	5,127	72,059			
5	0,781	4,594	76,653			
6	0,644	3,791	80,444			
7	0,512	3,011	83,454			
8	0,440	2,589	86,043			
9	0,408	2,401	88,444			
10	0,384	2,257	90,701			
11	0,340	2,002	92,703			
12	0,310	1,824	94,527			
13	0,268	1,577	96,103			
14	0,229	1,345	97,448			
15	0,203	1,196	98,644			
16	0,128	0,754	99,399			
17	0,102	0,601	100,000			

Yapılan analiz sonucu DijitalOY16, DijitalOY11, DijitalOY10, DijitalOY8, DijitalOY7, DijitalOY12, DijitalOY9, DijitalOY17 değişkenlerinin birinci faktör altında; DijitalOY2, DijitalOY3, DijitalOY1, DijitalOY4 değişkenlerinin ikinci faktör altında; DijitalOY14, DijitalOY15, DijitalOY5, DijitalOY6, DijitalOY13 değişkenlerinin üçüncü faktör altında toplandığı belirlenmiştir (Tablo 4). Ng (2012) tarafından geliştirilen; Hamutoğlu ve arkadaşları (2017) Türkçe'ye geçerlilik güvenilirlik çalışması yapılan, Dijital Okuryazarlık Ölçeği (DOYÖ) orijinalinde Tutum, Teknik, Bilişsel ve Sosyal olmak üzere dört alt boyutlu bir yapıya sahiptir. Fakat araştırma kapsamında ölçek tek boyutlu olarak ele alınmıştır.

Tablo 4. Faktör Analizi Sonrası Rotasyona Uğramış (Dönüştürülmüş) Madde - Bileşenler Matrisi (Dijital Okuryazarlık Değişkenlerine Ait)

	Faktör		
	1	2	3
DijitalOY16	0,834		
DijitalOY11	0,812		
DijitalOY10	0,789		
DijitalOY8	0,739		
DijitalOY7	0,727		
DijitalOY12	0,711		
DijitalOY9	0,663		
DijitalOY17	0,659		
DijitalOY2		0,878	
DijitalOY3		0,858	
DijitalOY1		0,840	
DijitalOY4		0,822	
DijitalOY14			0,699
DijitalOY15			0,631
DijitalOY5			0,617
DijitalOY6			0,600
DijitalOY13			0,549

4.2.2. Örgütsel İnovasyon Değişkenleri İçin Faktör Analizi

Örgütsel İnovasyon değişkenlerine bağlı ölçeklerin geçerliliğini test edebilmek amacıyla yine aynı şekilde Faktör Analizi yapılarak Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterliliğinin Ölçüsü ile Bartlett'in Küresellik Testi değerleri belirlenmiştir. Yapılan analiz sonucu Örgütsel İnovasyon örneklem büyüklüğünün yeterliliği açısından tespit edilen KMO değeri (0,883) Sharma (1996)'ya göre “Çok İyi: 0,80-0,89” olarak sınıflandırılmaktadır. KMO değerinin 0,80'nin üstünde olması ölçekteki her bir

değişkenin, diğer değişkenler tarafından çok iyi bir şekilde tahmin edilebilmesi durumunu ortaya koyabilmektedir.

Faktör Analizi yapılabilmesi açısından diğer parametremiz Bartlett'in Küresellik Testi içerisinde elde edilen ki-kare ($X^2=1782,247$) anlamlılık değeri ($p=<0,001$)'nin $<0,05$ 'in altında çıkması analizin devamlılığı ve bir kısım değişkenler arasında yüksek korelasyon olabileceğinin tahmini açısından çok önemlidir.

Faktör sayısı belirlenirken özdeğeri (Eigenvalue) 1'den büyük olan faktörler dikkate alınmıştır. Bu durum gözönünde bulundurularak yapılan Faktör Analizi sonucu Örgütsel İnovasyon örneklem ölçeğinin 20 madde ve 4 faktörden oluşan bir yapıya sahip olduğu tespit edilmiştir (Tablo 5).

Tablo 5 dikkatli incelendiğinde rotasyona uğramış özdeğerlerden özdeğeri 3,491 olan birinci faktörün açıkladığı toplam varyans oranı %17,456; özdeğeri 3,348 olan ikinci faktörün açıkladığı toplam varyans oranı %34,194; özdeğeri 2,695 olan üçüncü faktörün açıkladığı varyans oranı ise %47,670; özdeğeri 2,530 olan dördüncü faktörün açıkladığı varyans oranı ise %60,319'dir. %40-60 aralığında değişim gösteren varyans oranları ideal bulunmaktadır (Tavşancıl, 2002). Faktör Analizinde rotasyona uğramış (dönüştürülmüş) madde - bileşenler matrisinde düzgün bir dağılım elde edilebilmesi açısından 0,40'ın üzerindeki yük değerleri alınmıştır (Tablo 6).

Tablo 5. Özdeğer - Toplam Varyans Oranları (Örgütsel İnovasyon Değişkenlerine Ait)

Bileşen (Faktör)	Başlangıç Özdeğerleri			Rotasyon (Döndürülmüş) Özdeğerleri		
	Toplam	Varyans (%)	Toplam Varyans (%)	Toplam	Varyans (%)	Toplam Varyans (%)
1	7,351	36,757	36,757	3,491	17,456	17,456
2	2,056	10,282	47,039	3,348	16,738	34,194
3	1,540	7,702	54,741	2,695	13,476	47,670
4	1,116	5,578	60,319	2,530	12,648	60,319
5	0,971	4,854	65,173			
6	0,886	4,428	69,601			
7	0,775	3,873	73,474			
8	0,686	3,431	76,906			
9	0,651	3,257	80,163			
10	0,570	2,851	83,014			

11	0,554	2,768	85,782
12	0,450	2,250	88,033
13	0,414	2,071	90,103
14	0,351	1,755	91,858
15	0,343	1,713	93,571
16	0,305	1,523	95,094
17	0,291	1,456	96,550
18	0,270	1,350	97,900
19	0,228	1,139	99,039
20	0,192	0,961	100,000

Yapılan analiz sonucu ÖrgütselPZRİNV7, ÖrgütselÜRİNV2, ÖrgütselÜRİNV1, ÖrgütselÜRİNV3, ÖrgütselPZRİNV6, ÖrgütselPZRİNV8 değişkenlerinin birinci faktör altında; ÖrgütselSTRJİNV18, ÖrgütselSTRJİNV19, ÖrgütselSRÇİNV10, ÖrgütselSRÇİNV11, ÖrgütselDVRİNV13, ÖrgütselSRÇİNV9 değişkenlerinin ikinci faktör altında; ÖrgütselDVRİNV16, ÖrgütselSRÇİNV12, ÖrgütselDVRİNV15, ÖrgütselDVRİNV14 değişkenlerinin üçüncü faktör altında; ÖrgütselSTRJİNV20, ÖrgütselÜRİNV4, ÖrgütselPZRİNV5, ÖrgütselSTRJİNV17 değişkenlerinin dördüncü faktör altında toplandığı belirlenmiştir (Tablo 6). Wang ve Ahmed (2004) tarafından oluşturulan ve Aksay (2011) tarafından Türkçe'ye çevrilerek uyarlaması yapılan Örgütsel İnovasyon ölçeği orijinalinde de davranışsal yenilik, ürün-hizmet yeniliği, pazar yeniliği, stratejik yenilik ve süreç yeniliği olmak üzere 5 boyuttan oluşmaktadır.

Tablo 6. Faktör Analizi Sonrası Rotasyona Uğramış (Dönüştürülmüş) Madde - Bileşenler Matrisi (Örgütsel İnovasyon Değişkenlerine Ait)

	Faktör			
	1	2	3	4
ÖrgütselPZRİNV7	0,754			
ÖrgütselÜRİNV2	0,723			
ÖrgütselÜRİNV1	0,699			
ÖrgütselÜRİNV3	0,648			
ÖrgütselPZRİNV6	0,633			
ÖrgütselPZRİNV8	0,527			

ÖrgütselSTRJİNV18	0,731	
ÖrgütselSTRJİNV19	0,730	
ÖrgütselSRÇİNV10	0,599	
ÖrgütselSRÇİNV11	0,551	
ÖrgütselDVRİNV13	0,537	
ÖrgütselSRÇİNV9	0,521	
ÖrgütselDVRİNV16	0,792	
ÖrgütselSRÇİNV12	0,696	
ÖrgütselDVRİNV15	0,680	
ÖrgütselDVRİNV14	0,678	
ÖrgütselSTRJİNV20		0,670
ÖrgütselÜRİNV4		0,667
ÖrgütselPZRİNV5		0,664
ÖrgütselSTRJİNV17		0,662

4.3. NORMAL DAĞILIM ANALİZİ

4.3.1. Dijital Okuryazarlık - Örgütsel İnovasyon Anketi İçin Normal Dağılım Testi (Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk testleri)

Dijital Okuryazarlık ve Örgütsel İnovasyon verilerinin normal dağılıma uygun olup olmadığı Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk testleri ile sınanmıştır. Analiz sonucu Dijital Okuryazarlık ve Örgütsel İnovasyon verilerinin anlamlılık değeri (p) 0,05 den küçük olduğu için normal dağılım göstermediği belirlenmiştir (Tablo 7 ve Tablo 8.).

Tablo 7. Dijital Okuryazarlık Değişkenleri Normal Dağılım Test Sonuçları

	Frekans, N	Kolmogorov - Smirnov		Shapiro - Wilk	
		İstatistik	Anlamlılık, p	İstatistik	Anlamlılık, p
DijitalOY1	191	0,312	<0,001	0,620	<0,001
DijitalOY2	191	0,271	<0,001	0,653	<0,001
DijitalOY3	191	0,290	<0,001	0,689	<0,001

DijitalOY4	191	0,296	<0,001	0,700	<0,001
DijitalOY5	191	0,286	<0,001	0,869	<0,001
DijitalOY6	191	0,357	<0,001	0,774	<0,001
DijitalOY7	191	0,311	<0,001	0,844	<0,001
DijitalOY8	191	0,282	<0,001	0,830	<0,001
DijitalOY9	191	0,295	<0,001	0,754	<0,001
DijitalOY10	191	0,270	<0,001	0,871	<0,001
DijitalOY11	191	0,300	<0,001	0,857	<0,001
DijitalOY12	191	0,335	<0,001	0,756	<0,001
DijitalOY13	191	0,299	<0,001	0,719	<0,001
DijitalOY14	191	0,294	<0,001	0,768	<0,001
DijitalOY15	191	0,346	<0,001	0,692	<0,001
DijitalOY16	191	0,311	<0,001	0,827	<0,001
DijitalOY17	191	0,176	<0,001	0,913	<0,001

Tablo 8. Örgütsel Davranış Değişkenleri Normal Dağılım Test Sonuçları

	Frekans N	Kolmogorov - Smirnov		Shapiro - Wilk	
		İstatistik	Anlamlılık, p	İstatistik	Anlamlılık, p
ÖrgütselÜRİNV1	191	0,199	<0,001	0,907	<0,001
ÖrgütselÜRİNV2	191	0,199	<0,001	0,896	<0,001
ÖrgütselÜRİNV3	191	0,193	<0,001	0,904	<0,001
ÖrgütselÜRİNV4	191	0,187	<0,001	0,905	<0,001
ÖrgütselPZRİNV5	191	0,207	<0,001	0,868	<0,001
ÖrgütselPZRİNV6	191	0,281	<0,001	0,854	<0,001
ÖrgütselPZRİNV17	191	0,247	<0,001	0,886	<0,001
ÖrgütselPZRİNV8	191	0,187	<0,001	0,898	<0,001
ÖrgütselSRÇİNV9	191	0,322	<0,001	0,838	<0,001
ÖrgütselSRÇİNV10	191	0,200	<0,001	0,902	<0,001
ÖrgütselSRÇİNV11	191	0,236	<0,001	0,892	<0,001
ÖrgütselSRÇİNV12	191	0,274	<0,001	0,875	<0,001

ÖrgütselDVRİNV13	191	0,282	<0,001	0,869	<0,001
ÖrgütselDVRİNV14	191	0,272	<0,001	0,877	<0,001
ÖrgütselDVRİNV15	191	0,315	<0,001	0,839	<0,001
ÖrgütselDVRİNV16	191	0,309	<0,001	0,848	<0,001
ÖrgütselSTRJİNV17	191	0,208	<0,001	0,891	<0,001
ÖrgütselSTRJİNV18	191	0,210	<0,001	0,889	<0,001
ÖrgütselSTRJİNV19	191	0,210	<0,001	0,889	<0,001
ÖrgütselSTRJİNV20	191	0,247	<0,001	0,886	<0,001

4.4. GÜVENİRLİK ANALİZİ

4.4.1. Dijital Okuryazarlık Değişkenleri İçin Güvenirlik Analizi

Dijital Okuryazarlık anket sorularının güvenilirliğini tespit edebilmek için IBM SPSS Statistics 27 programında “Cronbach’s Alpha Değeri (α) Tespit Analizi” yapılmıştır. Analiz sonucu elde edilen α değerinin 0,917 olduğu düşünüldüğünde (Tablo 9), Kılıç (2016) dan alınan 2 farklı sınıflamaya göre “Yüksek Güvenirlikte” ölçek sınıfına girdiği belirlenmiştir Tüm maddeler için elde edilen Cronbach’s Alfa (α) değeri ile ilgili genel kabul bu değerin 0.70’den büyük olmasıdır (Kılıç, 2016). Elde edilen bu α değeri ölçeğin toplam güvenilirliğini göstermektedir.

Tablo 9. Dijital Okuryazarlık anket sorularının istatistiksel değerlendirilmesi sonucu Cronbach’s Alpha Değeri

Cronbach’s Alpha α	Standardize Cronbach’s Alpha A	Dijital Okuryazarlık Anket Soru Adedi
0,917	0,920	17

Tablo 10. Dijital Okuryazarlık anket soruları istatistiksel değerleri

DİJİTAL OKURYAZ. ANKET SORUSU	Genel Ağırlıklı Ortalama (Mean)	Std. Sapma	Soru (Madde) - Bütün korelasyon katsayısı (r)	Çoklu açıklayıcılık katsayısı (Regresyon) (R ²)	Anket Sorusunun Çıkarılması Durumunda Cronbach’s Alpha	Kişi Sayısı
DijitalOY1	4,4188	0,89587	0,570	0,669	0,913	191
DijitalOY2	4,3770	0,79093	0,689	0,818	0,910	191

DijitalOY3	4,2827	0,81024	0,660	0,826	0,911	191
DijitalOY4	4,2618	0,78442	0,693	0,841	0,910	191
DijitalOY5	3,3979	1,05571	0,420	0,369	0,919	191
DijitalOY6	3,8796	0,95209	0,588	0,598	0,913	191
DijitalOY7	3,7277	0,93427	0,534	0,506	0,914	191
DijitalOY8	3,9948	0,87958	0,755	0,694	0,908	191
DijitalOY9	4,1937	0,76031	0,765	0,695	0,908	191
DijitalOY10	3,4921	0,91691	0,644	0,602	0,911	191
DijitalOY11	3,6335	0,91291	0,517	0,584	0,915	191
DijitalOY12	4,0366	0,80375	0,692	0,612	0,910	191
DijitalOY13	4,2251	0,68564	0,612	0,505	0,913	191
DijitalOY14	4,1571	0,82490	0,463	0,384	0,916	191
DijitalOY15	4,1152	0,64672	0,618	0,465	0,913	191
DijitalOY16	3,8691	0,83895	0,721	0,719	0,909	191
DijitalOY17	3,1099	1,04803	0,474	0,427	0,917	191

Dijital okuryazarlık açıklayıcı anket maddelerine yönelik genel ağırlıklı (item-means) ortalama değerinin 3,951; minimum ortalama değerinin 3,110; maksimum ortalama değerinin 4,419 olduğu gözönünde bulundurulduğunda Dijital Okuryazarlık anket sorularına verilen cevabın “**Katılıyorum**” yanıt ölçeğine karşılık geldiği sonucuna da varılmaktadır (Tablo 11).

Açıklayıcı anket maddelerine yönelik genel soru ortalaması (item-means) 3,951 iken, ortalama değişim aralığı 1,309’dur. Açıklayıcı anket maddeleri arasındaki korelasyonlara ait genel ortalama değeri (inter-item correlation) 0,410 iken, ortalama değişim aralığı 0,786’dır. Açıklayıcı anket maddelerine yönelik (item-total) korelasyonlar 0,091-0,877 değerleri arasında değişmektedir (Tablo 11).

Tablo 11. Dijital Okuryazarlık açıklayıcı anket maddelerine yönelik genel soru ortalamaları

ORTALAMA	Ortalama (Mean)	Ortalama Minimum	Ortalama Maksimum	Ortalama Değişim Aralığı (Range)	Anket Soru Adedi
Açıklayıcı anket maddelerine yönelik genel soru ortalaması (item-means)	3,951	3,110	4,419	1,309	17
Açıklayıcı anket maddeleri arasındaki korelasyonların genel ortalaması (inter-item correlation)	0,410	0,091	0,877	0,786	17

4.4.2. Örgütsel İnovasyon Değişkenleri (Anketi) İçin Güvenirlilik Analizi

Dijital okuryazarlık anket sorularının güvenilirliğini tespit edebilmek için IBM SPSS Statistics 27 programında “Cronbach’s Alpha Değeri Tespit Analizi” yapılmıştır. Analiz sonucu elde edilen α değerinin 0,809 olduğu düşünüldüğünde (Tablo 12), Kılıç (2016) dan alınan 2 farklı sınıflamaya göre “İyi” ve “Yüksek Güvenirlikte” ölçek sınıfına girdiği belirlenmiştir. Tüm maddeler için elde edilen Cronbach’s Alfa (α) değeri ile ilgili genel kabul bu değerin 0.70’den büyük olmasıdır (Kılıç, 2016). Elde edilen bu α değeri ölçeğin toplam güvenilirliğini göstermektedir.

Tablo 12. Örgütsel İnovasyon anket sorularının istatistiksel değerlendirilmesi sonucu Cronbach’s Alpha değeri

Cronbach’s Alpha α	Standardize Cronbach’s Alpha A	Dijital okuryazarlık Anket Soru Adedi
0,809	0,811	20

Tablo 13. Örgütsel İnovasyon anket soruları istatistiksel değerleri

ÖRGÜTSEL İNOVASYON ANKET SORUSU	Genel Ağırlıklı Ortalama (Mean)	Std. Sapma	Soru (Madde) -Bütün korelasyon katsayısı (r)	Çoklu açıklayıcılık katsayısı Regresyon (R ²)	Anket Sorusunun Çıkarılması Durumunda Cronbach’s Alpha	Kişi Sayısı
ÖrgütselÜRİNV1	2,8063	1,02040	0,529	0,507	0,792	191
ÖrgütselÜRİNV2	3,2042	0,93199	0,524	0,508	0,793	191

ÖrgütselÜRİNV3	3,1309	0,98869	0,536	0,585	0,792	191
ÖrgütselÜRİNV4	2,9581	0,99912	-0,338	0,496	0,839	191
ÖrgütselPZRİNV5	3,0785	0,85169	-0,006	0,208	0,819	191
ÖrgütselPZRİNV6	3,5288	0,82587	0,314	0,291	0,804	191
ÖrgütselPZRİNV17	2,9686	0,88796	0,533	0,501	0,793	191
ÖrgütselPZRİNV8	3,0000	0,97872	0,573	0,557	0,789	191
ÖrgütselSRÇİNV9	3,5812	0,93610	0,580	0,583	0,790	191
ÖrgütselSRÇİNV10	3,1414	0,94919	0,679	0,724	0,784	191
ÖrgütselSRÇİNV11	3,3717	0,95864	0,619	0,652	0,787	191
ÖrgütselSRÇİNV12	3,5079	0,95073	0,338	0,302	0,803	191
ÖrgütselDVRİNV13	3,5654	0,99189	0,611	0,542	0,787	191
ÖrgütselDVRİNV14	3,4188	0,98540	0,553	0,468	0,791	191
ÖrgütselDVRİNV15	3,7068	0,92788	0,578	0,604	0,790	191
ÖrgütselDVRİNV16	3,5916	0,95737	0,583	0,569	0,789	191
ÖrgütselSTRJİNV17	3,0785	0,98361	-0,272	0,411	0,835	191
ÖrgütselSTRJİNV18	3,0995	0,89769	0,566	0,512	0,791	191
ÖrgütselSTRJİNV19	3,1257	0,96514	0,570	0,549	0,790	191
ÖrgütselSTRJİNV20	2,6754	0,97838	-0,311	0,498	0,837	191

Örgütsel inovasyon açıklayıcı anket maddelerine yönelik genel ağırlıklı (items-means) ortalama değerinin 3,227; minimum ortalama değerinin 2,675; maksimum ortalama değerinin 3,707 olduğu gözönünde bulundurulduğunda Örgütsel İnovasyon anket sorularına verilen cevabın “**Kararsızım**” yanıt ölçeğine karşılık geldiği sonucuna da varılmaktadır (Tablo 14).

Açıklayıcı anket maddelerine yönelik genel soru ortalama (item-means) 3,227 iken, ortalama değişim aralığı 1,031 dir. Açıklayıcı anket maddeleri arasındaki korelasyonlara ait genel ortalama değeri ise (inter-item correlation) 0,176 iken, ortalama değişim aralığı 1,306

dır. Açıklayıcı anket maddelerine yönelik (item-total) korelasyonlar (item-total) korelasyonları -0.554 ve 0.752 değerleri arasında yer almaktadır (Tablo 14).

Tablo 14. Örgütsel İnovasyon açıklayıcı anket maddelerine yönelik genel soru ortalamaları

ORTALAMA	Ortalama (Mean)	Ortalama Minimum	Ortalama Maksimum	Ortalama Değişim Aralığı (Range)	Anket Soru Adedi
Açıklayıcı anket maddelerine yönelik genel soru ortalaması (item-means)	3,227	2,675	3,707	1,031	20
Açıklayıcı anket maddeleri arasındaki korelasyonların genel ortalaması (inter-item correlation)	0,176	-0,554	0,752	1,306	20

4.5. KORELASYON

IBM SPSS Statistics 27 programı kullanılarak Dijital Okuryazarlık değişkeni ile Örgütsel İnovasyon değişkenleri arasında Korelasyon Analizi yapılmış, her iki değişken verilerinin “**normal dağılım göstermemesinden**” dolayı Spearman’s korelasyon katsayısı değerleri (r) elde edilmiştir. Söz konusu değerler Tablo 15’de gösterilmektedir.

Tablo 15. Dijital Okuryazarlık değişkenleri ile Örgütsel İnovasyon değişkenleri arasındaki korelasyon değerleri (Spearman’s Korelasyon katsayısı)

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	(Spearman’s Korelasyon) r	Anlamlılık, p
Dijital OY	ÖrgütselÜRİNV	0,281**	<0,001
	ÖrgütselPZRİNV	0,259**	<0,001
	ÖrgütselSRÇİNV	0,177*	0,014
	ÖrgütselDVRİNV	0,247**	<0,001
	ÖrgütselSTRJİNV	-0,004	0,952
	ÖrgütselİNV	0,276**	<0,001

[**. Korelasyon 0,01 anlamlılık düzeyinde (2-yönlü), *. Korelasyon 0,05 anlamlılık düzeyinde (2-yönlü)]

Tablo 15'e göre, Dijital Okuryazarlık ile Örgütsel İnovasyon (ÖrgütselİNV) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($r = 0,276$, $p < 0,001$). Buradan Dijital okuryazarlığın genel örgütsel inovasyonu desteklediği sonucuna ulaşılabilmektedir. Dijital Okuryazarlık ile alt boyut olan Örgütsel Ürün İnovasyonu (ÖrgütselÜRİNV) arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($r = 0,281$, $p < 0,001$). Bu durum, dijital okuryazarlık düzeyi arttıkça örgütsel ürün inovasyonunun da artma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Dijital Okuryazarlık ile alt boyut olan Örgütsel Pazarlama İnovasyonu (ÖrgütselPZRİNV) arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki bulunmaktadır ($r = 0,259$, $p < 0,001$). Bu, dijital okuryazarlığın pazarlama inovasyonu üzerinde olumlu etkisi olabileceğini ifade etmektedir. Dijital Okuryazarlık ile alt boyut olan Örgütsel Süreç İnovasyonu (ÖrgütselSRÇİNV) arasındaki ilişki pozitif yönlü ve anlamlıdır ancak nispeten düşük seviyededir ($r = 0,177$, $p = 0,014$). Dijital okuryazarlık ile süreç inovasyonu arasındaki bağlantının düşük düzeyde fakat pozitif olduğu görülmektedir. Dijital Okuryazarlık ile alt boyut olan Örgütsel Davranış İnovasyonu (ÖrgütselDVRİNV) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki söz konusudur ($r = 0,247$, $p < 0,001$). Dijital okuryazarlık seviyesinin artması, destek ve veri inovasyonu uygulamalarında gelişmelere yol açabilir. Dijital Okuryazarlık ile alt boyut olan Örgütsel Stratejik İnovasyon (ÖrgütselSTRJİNV) arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ($r = -0,004$, $p = 0,952$). Bu durumda, dijital okuryazarlığın stratejik inovasyon üzerinde etkili olmadığı tespit edilmiştir.

SONUÇLAR VE ÖNERİLER

21. yüzyılda dijital okuryazarlık, bireylerin topluma hızlı bir şekilde katılımının sağlanması, gerekli bilgi ve beceriyi elde edebilmesi, hayatta kalabilmesi, kısacası hayata adapte olabilmesi (inovasyon ve girişimcilik) için bir ön koşul haline gelmiştir. 21. yüzyıl dünyasında toplumun birçok kesiminin ve insan faaliyetlerinin çoğunun temelini elektronik cihazlar, tesisler vb altyapılar oluşturmaktadır. Bunun neticesinde dijital okuryazarlıkta başarı gelmektedir (Martin, 2006). Dijital Okuryazarlık, teknolojik gelişmelere, değişimlere ayak uydurabilmek için gereklidir. Kurumların bazıları yeni teknolojilere giderek daha çok yatırım yapmakta ve bu nedenle çalışanlar belli bir sorumluluğu veya iş (görevi) yerine getirebilme durumunu (yetkinliklerini) geliştirmek, değişime uyum sağlamak durumunda (zorunda) kalmaktadır (BTK, 2022).

Sağlık yöneticileri açısından dijital gelişmelere adapte olma sonucunda gelişen dijital okur yazarlık becerileri ve bunu uygulamalarda inovasyona dönüştürme performanslarının ortaya koyulması oldukça önem arz etmektedir. Bu bağlamda sağlık kurumu yöneticilerinin güncel teknolojik gelişmeleri takip etmelerinin yönettikleri kurumların gelişimine ve örgütsel inovasyona olan katkılarını araştırma gereksinimi duyulmuştur. Bu çalışmanın amacı sağlık kurumu yöneticilerinin dijital okuryazarlık becerileri ile örgütsel inovasyon performansı arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bu araştırmada; nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Bu araştırmanın evrenini Adana ilinde bulunan 256 sağlık kuruluşundaki 1200 sağlık yöneticisi oluşturmaktadır. Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu doğrultuda Adana ili sınırları içerisinde faaliyet gösteren büyük çoğunluğu kamu hastanelerinde çalışan 191 sağlık yöneticisi araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır.

Veri toplama aracı olarak alanyazında geçerlilik ve güvenilirliği test edilen ölçeklerden oluşan anketten faydalanılmış olup, veriler yüz yüze ve dijital ortamda toplanmıştır. Analitik verilerin değerlendirilebilmesi için IBM SPSS Statistics 27 programı kullanılmıştır. Veriler frekans analizi, normal dağılım analizi, güvenilirlik analizi, faktör analizi ve korelasyon analizine tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda dijital okuryazarlık ve örgütsel inovasyon değişkenlerinin normal bir dağılım göstermediği; faktör analizi neticesinde değişkenler arasındaki özdeğerlere ait toplam varyansların açıklayıcılık özelliğinin güçlü bir yapıda olduğu belirlenmiştir. Örnekleme ait ölçekler üzerinde yapılan güvenilirlik analizi sonucu araştırmada kullanılan ölçeklerin yüksek güvenilirlikte olduğunu göstermektedir.

Yapılan korelasyon analizi sonucunda dijital okuryazarlık ile örgütsel inovasyon arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir. Şahin (2023) tarafından yapılan çalışmada da, Dijital dönüşüm ve Örgütsel İnovasyon etkenlerinin birbirleri üzerindeki etkileri değerlendirilmiş ve pozitif yönde güçlü etki tespit edilmiştir. Güllü ve Göktaş (2024) yaptığı çalışmada, kadın girişimcilerin dijital okuryazarlıkları ile işletme performansı arasındaki ilişki incelenmiş, korelasyon analizinde istatistiki olarak anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğunu belirtmiştir. Demirci (2023) tarafından sağlık yöneticileri ve çalışanlarının dijital okuryazarlık düzeylerinin iş tatminine etkisi araştırılmış, yapılan analizde düşük düzeyde pozitif ve anlamlı ilişki saptanmıştır. Dolayısıyla alanyazında yapılan çalışmalar bu araştırmanın sonucunu destekler niteliktedir.

Dijital okuryazarlık ile örgütsel inovasyonun alt boyutları arasındaki ilişki incelendiğinde; dijital okuryazarlık ile örgütsel ürün inovasyonu, örgütsel pazarlama inovasyonu, örgütsel süreç inovasyonu ve örgütsel davranış inovasyonu arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir. Benzer şekilde daha önce yapılan araştırmalar, dijital okuryazarlık ile örgütsel inovasyonun alt boyutları arasında pozitif ve anlamlı ilişkiler olduğunu ortaya koymaktadır. Dijital okuryazarlığı yüksek olan çalışanların, yeni ürün geliştirme süreçlerinde daha yaratıcı ve yenilikçi fikirler üretebildikleri gözlemlenmiştir (Bharadwaj vd., 2013). Örgütsel süreç inovasyonunda, dijital okuryazarlık, veri analitiği ve otomasyon gibi araçların etkin kullanımını mümkün kılmakta, bu da süreçlerin daha verimli hale gelmesine katkı sağlamaktadır. Dijital okuryazarlık, çalışanların işbirliği yapma ve yenilikçi çözümler geliştirme yeteneklerini artırarak, örgütsel davranış inovasyonunu desteklemektedir (Edmondson, 2012). Dijital okuryazarlık ile alt boyut olan örgütsel stratejik inovasyon arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Diğer alt boyutlardan farklı olarak örgütsel stratejik inovasyonunda anlamlı bir ilişki olmamasının araştırmaya katılanların kendilerini stratejik konularda karar verici olarak görmediklerinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Ayrıca araştırmaya katılan sağlık yöneticilerin büyük çoğunluğunun kamu kurumlarında çalışıyor olması sebebiyle çalışanların bir kısmında iş kaybetme kaygısı olmadığı için iş ve işleyişi geliştirmeye yönelik bir çaba gösterilmemesi de bir başka neden olarak düşünülmektedir. Dolayısıyla gelecekte yapılacak araştırmalarda söz konusu değişkenlerin özel kurumlarda çalışan sağlık personellerinde tekrarlanması önerilebilir. Bununla birlikte bu olumsuz durumun ortadan kaldırılabilmesi için kamuda gelişmeye istekli personeller yönetici statüsünde görevlendirilip, inovasyonun önü

açılmalıdır. Çalışmaya, gelişmeye isteksiz personel, eğitim, denetim ve psikososyal destek yöntemleriyle yenileşime teşvik edilmelidir. Yenileşime çok direnç gösteren personeller ise daha pasif konumlarda görevlendirilebilir. İnovatif davranış gösteren bireyler ödüllendirilmeli ve diğer personel için özendirici olmalıdır. Çünkü insanı en çok tatmin eden şey başarıdır. Başarılı insanların çevresindeki insanlar bu başarı gücüne özenerek kendilerinde de başarıma isteği doğmaktadır. Bu şekilde bireylerde yaratıcılık ve yenilik isteği yayıldıkça, inovasyon hareketi bireyselden toplumsala dönüşebilir. Bu durumun örgütlere yansması ise her bir çalışanın inovatif davranış gösterdiği örgütsel inovasyona açık örgütler şeklinde ortaya çıkacaktır.

KAYNAKÇA

- AASL/AECT (American Association of School Librarians/Association for Educational Communication and Technology), (1998). Information literacy standards for student learning, Chicago.
- Abbak, Y. (2018). Öğretmenlerin yaşam boyu öğrenme yeterlikleri ile yenilikçilik düzeylerinin incelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- Akbaş, O. ve Özdemir, S. M. (2002). Avrupa Birliğinde Yaşam Boyu Öğrenme. Milli Eğitim Dergisi, 155(156): 112-126.
- Aksay, K. ve Orhan, F. (2013). “Hastane Hizmetlerinde İnovasyon Sürecinin Risk Yönetimi”. Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2(3): 10-23.
- Aksay, K., (2011). Yenilikçilik Kültürünün Örgütsel Yenilikçilik Üzerine Etkisi: Konya İlinde Faaliyet Gösteren Özel Hastanelerde Bir Uygulama. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Konya.
- ALA, (2024). Presidential Committee on Information Literacy: Final Report. American Library Association / ACRL – Association of College & Research Libraries, (<https://www.ala.org/acrl/publications/whitepapers/presidential>), Chicago.
- Alkalai, Y.E. and Hamburger, Y.A. (2004). Experiments in Digital Literacy, Cyberpsychology & Behavior - Mary Ann Liebert, Inc., 7(4).
- Appelbaum, S.H., St-Pierre, N. and Glavas, W. (1998), "Strategic organizational change: the role of leadership, learning, motivation and productivity", *Management Decision*, Vol.36 No.5, pp.289-301. (<https://doi.org/10.1108/00251749810220496>)
- Ateş, H. K, ve Mazi, M. G. (2017). Book Review: Scientific Research Methods. Eurasian Academy of Sciences Eurasian Education & Literature Journal, Vol.7, 56-94.
(<https://openaccess.izu.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/20.500.12436/2837/kitap-ozeti-bilimsel-arastirma-yontemleri-sener-buyukozturk-ebru-kilic-cakmak-ozcan-erkan-akgun-sirin-karadeniz-funda-demirel201704.pdf> sequence=1&isAllowed=y) (Erişim Tarihi: 01.10.2024).

- Avrupa Birliği Başkanlığı, (2024). Hayat Boyu Öğrenme Programı. T.C. Dışişleri Bakanlığı Avrupa Birliği Başkanlığı, (https://www.ab.gov.tr/_46033.html).
- Aydın, Ç. Ö., ve Tan, F. Z. (2019). Kurumsallaşma: Kavramsal Bir İnceleme. ASOBİD/AJOSS 3/2, 225-235.
- Bawden, D. (2001). Information and digital literacies: A review of concepts. Journal of Documentation, 57(2), 218-259. (DOI: [10.1108/00251749810220496](https://doi.org/10.1108/00251749810220496)).
- Bayık, F. (2019). Aristoteles ve Descartes Bağlamında Akıl ve Zekâ Kavramlarının Farkları. Bursa Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi. Cilt: 18 - Sayı:1, 172 - 187.
- Berberoğlu, B. (2010). Yaşam Boyu Öğrenme İle Bilgi Ve İletişim Teknolojilerin Açısından Türkiye nin Avrupa Birliği ndeki Konumu . Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi , 5 (2).
- Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., ve Venkatraman, N. V. (2013). Digital business strategy: toward a next generation of insights. *MIS quarterly*, 471-482.
- Boutros, A. (2007) “How To Make Innovation Happen”, Physician Exucative, March-April 2007.
- Bradshaw, M. J. (2001). Fuszard’s Innovative Teaching Strategies in Nursing. In: Effective Learning: What Teachers Need to Know. USA, Aspen Publishers.
- BTK, (2022). Türkiye’de Dijital Dönüşüm ve Dijital Okuryazarlık. Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, 56s. (<https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/arastirma-raporlari/tu-rkiyede-dijital-do-nu-s-u-m-ve-dijital-okuryazarlik.pdf>).
- Büyüköztürk, Ş. (2015). Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı (21. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Büyüköztürk, Ş., Çokluk, Ö. ve Köklü N. (2013). Sosyal Bilimler İçin İstatistik. Ankara: Pegem Akademi.
- Capital (2007). En İyi Liderler Yenilik Getirendir. (<https://www.capital.com.tr/yonetim/liderlik/en-iyi-liderler-yenilik-getirendir>) (Erişim Tarihi: 01.03.2024)
- Chesbrough, H. W. (2003). Open Innovation (The New Imperative For Creating and Profiting from Tecnology). Harvard Business School Press, 227p.

- Cohen, J. (1992). A Power Primer. Psychological Bulletin, Volume 112, Number:1, p:155-159.
- Coşkun, Y. D. ve Demirel, M. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt: 42 Sayı: 42, 108-120.
- Demiralay, R. ve Karadeniz, Ş. (2008). İlköğretim Öğrencilerinde Bilgi Okuryazarlığı Becerisinin Geliştirilmesi: B6 Modeli 2. Uluslararası Gelecek İçin Öğrenme Alanında Yenilikler Konferansı 2008 (Poster sunumu): e-Öğrenme, 27-29 Mart 2008, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Demirci, E. (2023). Sağlık Yöneticileri ve Çalışanların Dijital Okuryazarlık Düzeylerinin İş Tatminine Etkisi: Sakarya İli Örneği. Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Entitüsü, 157s.
- Diker Coşkun, Y. ve Demirel, M., (2012). Üniversite Öğrencilerinin Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 42, 108-120.
- DSİ, (2020). DSİ Laboratuvarları - İstatistik Tekniklerle Veri Analizi Talimatı. 31s. (https://cdniys.tarimorman.gov.tr/api/File/GetFile/430/Sayfa/820/1168/DosyaGaleri/t_0_16_00_0201_istatistik_tekniklerle_veri_analizi_talimati.pdf).
- Edmondson, A. C. (2012). *Teaming: How organizations learn, innovate, and compete in the knowledge economy*. John Wiley & Sons.
- Egemen, C. (2020). SPSS İle Nicel Veri Analiz Rehberi. Kibele Yayınları (Sertifika No: 13847), İstanbul. 161s.
- Ertekin, İ. (2017). Klasik Örgüt Kuramları. Journal of Emerging Economies and Policy, Volume:2 (2). 64-73.
- European Communities, (2007). Lifelong Learning Programme. Publications of the European Communities, (<https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/youth-in-action-keycomp-en.pdf>), 1-12p., Brussel.
- Gilster, P. (1997). Digital literacy. New York: John Wiley & Sons.
- Govindarajan V. & TRIMBLE, C. (2010), Stop The Innovation Wars, Harvard Business Review, 88(7/8), 76-83.

- Güleş, H. K., Tekin, M., Ögüt, A. (2010). Değişim Çağında Teknoloji Yönetimi. Gazi kitabevi, 346s.
- Güllü, Ö. ve Göktaş, P. (2024). Kadın Girişimcilerin Dijital Okuryazarlık ve İşletme Performansı Arasındaki İlişki: Gaziantep İli Örneği. Oğuzhan Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:6, Sayı:1, 35-50, <https://doi.org/10.55580/oguzhan.1484167>.
- Güneş, F. (1994). OKUR-YAZARLIK KAVRAMI VE DÜZEYLERİ. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, Cilt: 27 Sayı: 2, 499-507, https://doi.org/10.1501/Egifak_0000000368.
- Güngör N. B. ve Kurtipek, S. (2020). "Spor Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik Düzeyinin Dijital Okuryazarlığa Etkisinin Yapısal Eşitlik Modeli ile İncelenmesi," *International Journal of Human Sciences* , Vol:17, No:2, pp.756-767.
- Günüç, S., Odabaşı, H. F. ve Kuzu, A. (2012). Yaşam boyu öğrenmeyi etkileyen faktörler. Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11(2):309-325.
- Gürcan, H. İ. 2011. "İnternette Medya Okuryazarlığı Yaklaşımı", XVI. Türkiye'de İnternet Konferansı'nda sunulan bildiri, 30 Kasım-2 Aralık, İzmir.
- Hague, C. & Payton, S. (2010). Digital Literacy Across the Curriculum, Retrieved from <https://www.nfer.ac.uk/digital-literacyacross-the-curriculum>.
- Hamutoğlu, N. B., Canan-Güngören, Ö., Kaya-Uyanık, G. ve Gür-Erdoğan, D. (2017). Dijital okuryazarlık ölçeği: Türkçe'ye uyarlama çalışması. Ege Eğitim Dergisi 18(1), 408-429.
- ICN- International Council of Nurses (2008). Delivering quality, serving communities: Nurses leading primary health care. International Nurses Day Kit, Geneva.
- ICN-International Council of Nurses (2009). Delivering quality, serving communities: Nurses leading care innovations. [http://www.icn.ch/publications/2009-deliveringqualityserving-communities-nurses-leading-care-innovations.\(20.12.2019\)](http://www.icn.ch/publications/2009-deliveringqualityserving-communities-nurses-leading-care-innovations.(20.12.2019)).
- Kasımoğlu, M., Akkaya, F. (2012) Kamu Kurumlarında İnovasyon. Kültür Sanat Basımevi, İstanbul İl Özel İdaresi.

- Kaya, H. (2014). Küreselleşme Sürecinde Yaşam Boyu Öğrenme ve Yetişkin Eğitimi Gerçeği. Akademik İncelemeler Dergisi, 9(2), 91-111. <https://doi.org/10.17550/aid.94961>.
- Kılıç, S. (2016). Cronbachs Alpha Reliability Coefficient. Journal of Mood Disorders Volume: 6, Number:(1):1, p:47-48
- Koltay, T. (2011). The media and the literacies: Media literacy, information literacy, digital literacy. Media, Culture & Society, 33(2), 211-221.
- Kurbanoğlu, S., S. (2010). Bilgi okuryazarlığı: Kavramsal bir analiz. Türk Kütüphaneciliği, 24(4), 723-747. (Erişim adresi: <http://www.tk.org.tr/index.php/TK/article/view/447/43>).
- Martin, A. (2006). A european framework for digital literacy. Nordic Journal of Digital Literacy Volume: 1, Number:2, p:151-161
- Martin, A. (2005). Digeulit-a European framework for digital literacy: A progress report. Journal of e-Literacy, 2(2), 130-136.
- Martin, A., & Grudziecki, J. (2006). DigEuLit: concepts and tools for digital literacy development. Innovation in Teaching and Learning in Information and Computer Sciences, 5(4), 249-267, (<https://doi.org/10.11120/ital.2006.05040249>).
- McCrank, Lawrence J. "Academic Programs for Information Literacy: Theory and Structure". RQ, XXXI, sayı 4, 1992:485-497.
- MEB, (2024). [Milli Eğitim Bakanlığı Hayat Boyu Öğrenme Kurumları Yönetmeliği \(meh.gov.tr\)](http://meb.gov.tr) (Erişim Tarihi: 01/03/2024).
- NG, W. (2012). Can we teach digital natives digital literacy? Computers & Education, 59(3), 1065-1078.
- Onursoy, S. (2018). Üniversite gençliğinin dijital okuryazarlık düzeyleri: Anadolu Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 2(6), 989-1013. DOI: 10.19145/e-gifder.422671.
- OSLO Kılavuzu (2005). Yenilik Verilerinin Toplanması ve Yorumlanması İçin İlkeler, OECD ve Eurostat Ortak Yayımı, Ekonomik işbirliği ve Kalkınma Örgütü Avrupa Birliği İstatistik Ofisi. 164s.
- Öztürk, A. O. (2024). Kurum. Tubitak Bilim ve Toplum Başkanlığı Popüler Bilim Yayınları, Ansiklopediler (<https://ansiklopedi.tubitak.gov.tr/ansiklopedi/kurum>).

- Pinto, M., Cordon, J. A., & G3mez, D. R. (2010). Thirty years of information literacy (1977-2007): a terminological, conceptual and statistical analysis. *Journal of Librarianship and Information Science*, 42(1), 3-19.
- Polat, C., Odabaş, H. (2008). Bilgi Toplumunda Yaşam Boyu 3ğrenmenin Anahtarı: Bilgi Okuryazarlığı. K3reselleşme, Demokratikleşme ve T3rkiye Uluslararası Sempozyumu Bildiri Kitabı, Antalya.
- Robbins, S. P. (1996). *Organizational Behavior: Concepts, Controversies, Applications*. Seventh Edition. New Jersey: Prentice Hall International Editions.
- Rothwell, R. (1994). Towards The Fifth-Generation Innovation Process. *International Marketing Review*, 11(1), 7-31.
- Santoso, H., Abdinagoro, S. B., Dan Arief, M. (2019). The Role of Digital Literacy in Supporting Performance Through Innovative Work Behavior: The Case of Indonesia's Telecommunications Industry. *International Journal of Technology*, 10, 1558. <https://doi.org/10.14716/Ijtech.V10i8.3432>.
- Sharma, S. (1996) *Applied multivariate techniques*. John Wiley and sons, inc., New York, 493p.
- Soran, H., Akkoyunlu, B. ve Kavak, Y. (2006). Yaşam boyu 3ğrenme becerileri ve eğiticilerin eğitimi programı: Hacettepe 3niversitesi 3rneği. H.3. Eğitim Fak3llesi Dergisi, 30, s.201-210.
- Stripling, B. (1999). *Learning and Libraries in an Information Age: Principles and Practice*. Littleton: Libraries Unlimited.
- S3lk3, S. N. (2011). T3rkiye'de Sağlıkta D3n3ř3m Programı 3ncesi ve Sonrasında Sağlık Hizmetlerinin Sunumu, Finansmanı ve Sağlık Harcamaları. T.C. Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı, Yayın no: 2011/414.
- Szmytkowski, D. (2005). "Innovation Definition Comparative Assessment (EU), Developed Under GNU, Brussels.
- şahin, Z. (2023). Dijital D3n3ř3m3n, 3rg3tsel İnovasyona Etkilerinin Analizi: İstanbul Beylikd3z3 Organize Sanayi B3lgesi 3rneği. *İşletme Araştırmalar Dergisi*, 15(1), 486-499. (<https://doi.org/10.20491/isarder.2023.1599>).
- TASAM, 2024. Strateji kavramı. T3rk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi, (<https://tasam.org/tr>).

- Tavşancıl, E. (2002). Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi. Nobel Yayınları, Ankara, 1. Baskı, 224s.
- TDK, (2018). Türkçe Sözlük. Türk Dil Kurumu.
- TDK, (2021). Türkçe Sözlük. Türk Dil Kurumu.
- Uzkurt, C. (2017). Yenilik (İnovasyon) Yönetimi ve Yenilikçi Örgüt Kültürü; Beta Basım, İstanbul.
- Uzuntarla, Y, Ceyhan, S., Fırat, İ. (2016) ‘Sağlık Kurumlarında Yenilikçilik: Bingöl İli Örneği’. Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl: 6, Sayı: 11.
- Ünal-Tutgun, A. (2015). Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı (Bilişim), Doktora Tezi, İstanbul, 250s.
- Wang, C. L. ve Ahmed, P. K. (2004). The Development and Validation of the Organisational Innovativeness Construct Using Confirmatory Factor Analysis. European Journal of Innovation Management, 7(4): 303–313.
- Yıldırım, N. ve Bulut, M. (2023). Sağlık Kavramına Eleştirel Bakış. Sağlık ve Toplum Dergisi, 33 (2) s:54-62.

DEMOGRAFİK SORULAR

1) Cinsiyetiniz?

(1) Erkek

(2) Kadın

2) Medeni Durumunuz?

(1) Bekar

(2) Evli

3) Yaşınız Kaçtır?

(1) 20 – 29

(2) 30 - 39

(3) 40 - 49

(4) 50 - 59

(5) 60 ve üzeri

4) Öğrenim Durumunuz?

(1) Lise

(2) Önlisans

(3) Lisans

(4) Y. Lisans

(5) Doktora

5) Mezun olduğunuz bölüm nedir?

.....

6) Bu kurumda kaç yıldır çalışıyorsunuz?

(1) 0 - 5

(2) 6 - 10

(3) 11 - 19

(4) 20 - 29

(5) 30 ve üzeri

7) Mesleki tecrübeniz kaç yıldır?

(1) 0 - 5

(2) 6 - 10

(3) 11 - 19

(4) 20 - 29

(5) 30 ve üzeri

8) Kurumdaki pozisyonunuz nedir?

.....

DİJİTAL OKURYAZARLIK ÖLÇEĞİ	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katlıyorum	Kesinlikle Katlıyorum
	1	2	3	4	5
1) Öğrenme sürecinde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanmak hoşuma gider.	()	()	()	()	()
2) Bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak daha iyi öğrenirim.	()	()	()	()	()
3) Bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak öğrenmek daha ilgi çekicidir.	()	()	()	()	()
4) Bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak öğrenmek beni daha motive eder.	()	()	()	()	()
5) Öğrenme etkinliklerim için arkadaşlarımdan sıklıkla internet aracılığıyla (Skype, Face ve Bloglar vb.) yardım alırım.	()	()	()	()	()
6) Bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak öğrenmek öz-yönetimli ve bağımsız olmamı sağlar.	()	()	()	()	()
7) Karşılaştığım teknik problemleri nasıl çözeceğimi bilirim.	()	()	()	()	()
8) Yeni teknolojilerin kullanımını kolaylıkla öğrenebilirim.	()	()	()	()	()
9) Önemli olduğunu düşündüğüm yeni teknolojilere ayak uydurabilirim.	()	()	()	()	()
10) Birçok farklı teknoloji hakkında bilgim var.	()	()	()	()	()
11) Öğrenmede ve yeni şeyler oluşturmada (Sunumlar, dijital hikayeler, wikiler, bloglar vb.) bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanmak için gerekli olan teknik becerilere sahibim.	()	()	()	()	()
12) İnternette bilgi elde etmeye yönelik araştırma ve değerlendirme becerilerime güvenirim.	()	()	()	()	()
13) Öğrenme sürecinde mobil verilerin (Cep telefonları, PDAs, İpadler, akıllı telefonlar vb.) kullanım potansiyeli yüksektir.	()	()	()	()	()

14) Eğitmen-Öğretmenler ders anlatırken bilgi ve iletişim teknolojilerini daha çok kullanmalıdır.	()	()	()	()	()
15) Bilgi ve iletişim teknolojileri proje çalışmalarında ve diğer öğrenme etkinliklerinde arkadaşlarım ile daha iyi işbirliği içinde çalışmamı sağlar.	()	()	()	()	()
16) Bilgi ve iletişim teknolojileri becerilerim iyidir.	()	()	()	()	()
17) İnternet tabanlı aktivitelerle ilgili konuları (Örn; siber güvenlik, eser hırsızlığı, araştırma konuları vb.) bilirim.	()	()	()	()	()

ÖRGÜTSEL İNOVASYON ÖLÇEĞİ	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	1	2	3	4	5
ÜRÜN İNOVASYONU					
1) Yeni ürün ve hizmetlerin pazara sunulmasında, kurumumuz çoğunlukla ilk sırada yer almaktadır.	()	()	()	()	()
2) Ürün ve hizmetlerimiz genellikle hastalarımız ve yakınları tarafından yenilikçi olarak algılanır.	()	()	()	()	()
3) Rakiplerimize kıyasla kurumumuz son beş yılda daha yenilikçi ürün ve hizmetler sunmuştur.	()	()	()	()	()
4) Rakiplerimize kıyasla kurumumuz yeni ürün ve hizmetlerin pazara sürülmesinde daha düşük bir başarı oranına sahiptir.	()	()	()	()	()
PAZAR İNOVASYONU					
5) En yeni ürün ve hizmetlerimiz bir önceki ürün ve hizmetlerimizin yalnızca küçük değişiklikler yapılmış halidir.	()	()	()	()	()
6) Kurumumuzdaki yeni ürün ve hizmetler çoğunlukla bizi yeni rakiplerimize karşı üstün kılar.	()	()	()	()	()
7) Rakiplerimizle kıyaslandığında, ürünlerimiz için kullandığımız güncel pazarlama yöntemleri pazarda devrimcidir.	()	()	()	()	()
8) Pazara yeni hizmet ve ürün sunumunda kurumumuz en ileri teknolojiden yararlanır.	()	()	()	()	()
SÜREÇ İNOVASYONU					
9) İş süreçlerimizi sürekli olarak geliştiriyoruz.	()	()	()	()	()
10) Kurumumuz rakiplerimize kıyasla üretim yöntemlerini mükemmel bir hızla değiştirmektedir.	()	()	()	()	()

11) Kurumumuz son beş yılda birçok yeni yöntem yaklaşımı geliştirmiştir.	()	()	()	()	()
12) Problemleri geleneksel yöntemler ile çözemediğimiz zaman, doğaçlama olarak yeni yöntemler geliştiririz.	()	()	()	()	()
DAVRANIŞ İNOVASYONU					
13) İşleri yeni yollar deneyerek yapmak istediğimizde yöneticilerimizden destek görürüz.	()	()	()	()	()
14) Kurumumuzda işleri farklı yollarla yapan kişilere tolerans gösteririz.	()	()	()	()	()
15) İşleri yeni yollarla yapmayı denemek ve alışılmışın dışında özgün çözümler aramak konusunda istekliyiz.	()	()	()	()	()
16) Çalışanları orjinal ve sıra dışı yollarla düşünmeye ve davranmaya teşvik ederiz.	()	()	()	()	()
STRATEJİK İNOVASYON					
17) Kurumumuzun araştırma/geliştirme veya ürün geliştirme kaynakları, yeni ürün ve hizmet geliştirme ihtiyaçlarını karşılamak için yeterli değildir.	()	()	()	()	()
18) Kurumumuzun tepe yöneticileri riskli büyüme fırsatlarını keşfetmek ve değerlendirmek için risk almaya isteklidir.	()	()	()	()	()
19) Üst düzey yöneticiler fikir adamları aracılığıyla problemlere sürekli olarak alışılmışın dışında ve yeni çözümler ararlar.	()	()	()	()	()
20) İşlerin yapılışında yeni yollar gördüğümüzde bu yeni yolları uygulamada geri kalırız.	()	()	()	()	()